



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم اقتصادية

التخصص: بنوك

أثر مساهمة تطبيق تكنولوجيا المعلومات
والاتصال على رضا العميل المصرفي
دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي BEA

تحت إشراف الدكتور:

أمين عزري

إعداد الطالبة

سميرة باشي

لجنة المناقشة

أ / محمد شوارب

أ / أمين عزري

أ / رشيد بن سهلة

رئيسا

مشرفا ومقررا

ممتحننا

أستاذ محاضر (أ) بجامعة الوادي

أستاذ محاضر (أ) بجامعة الوادي

أستاذ محاضر (أ) بجامعة الوادي

السنة الجامعية: 2015/2014

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى

إلى من تجرعت كأس الشقاء مرات لتسقينني مرحيق السعادة . . . إلى التي ضحت بالكثير من أجل أن أحي . . .
إلى الصدر الذي يضمني كلما ضاقت بي الدنيا . . . إلى التي مرآتي قلبها قبل عيبتها أمني الغالبة - حفصها الله . . .
إلى من تحمل الصعاب من أجل أن يوفر لي الراحة . . . وإلى الذي لم يبخل علي بنعمته في سبيل العلم وعلمني أن الحياة تجارب
وإلى الذي كان دائما يحثني على المثابرة والاجتهاد ويقول إن العلم هو أسمى المطالب . . . أبي الغالي
إلى من عانقت مروحي أمرواحهم وامتزجت بهم واصطبغ لون الحياة مجهم . . . إلى من قاسموني الحياة مجلوها ومرها
أخوتي : صباح، سليم، سعيدة، فتيحة، وأحمد، عليّة

إلى نزهة البيت وبراعمه، يوسف، علي، عبد الواحد، مروان

إلى صلة الرحم التي سيسألني عنها ربي يوم القيامة أهلي وأقاربي وجيرانني واخص بالذكر جدي وجدتي أطال الله في
عمرها

إلى من جمعني بهم لقاء حدث فيه التعرف فكانت ألفة . . . إلى من سعدت بمصادقتهم وخشيت أن أفقدهم صديقاتي:

سعاد، سمية، مراضية، مريم، كنزة، مليكة، أسماء، منى .

إلى كل من سقط بقلمه سهوا .

إلى جميع دفعتي بالمركز الجامعي .

سميرة

كلمة شكر و عرفان

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع ليفكر قبل أن يخط الحروف ليجمعها في كلمات . . . تبعثر الأحرف وعبثاً أن

يحاول تجميعها في سطور

سطوراً كثيرة تمر في الخيال ولا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلاً من الذكريات وصور تجمعا برفاق كانوا إلى

جانبنا.....

فوجب علينا شكرهم ووداعهم ونحن نخطو خطوتنا الأولى في غمار الحياة

ونخص بالجزيل الشكر والعرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب عملنا

وإلى من وقف على المنابر وأعطى من حصيلة فكره لينير دربنا

إلى الأساتذة الكرام في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

"كن عالماً . . فإن لم تستطع فكن متعلماً ، فإن لم تستطع فأحب العلماء ، فإن لم تستطع فلا تبغضهم"

وأخص بالتقدير والشكر المشرف "عزري أمين":

الذي يقول له بشراك قول رسول الله صلى الله عليه وسلم

"إن الحوت في البحر ، والطير في السماء ، ليصلون على معلم الناس الخير"

الذين كانوا عوناً لنا في بحثنا هذا ونورا يضيء الظلمة التي كانت تقف أحياناً في طريقنا.

إلى من نمرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا لنا المساعدات والتسهيلات والأفكار والمعلومات، ربما دون يشعروا

بدورهم بذلك فلهم منا كل الشكر، وأخص منهم

كحلة عبد الكريم ، والأساتذ يوسف غنية .

أما الشكر الذي من النوع الخاص فنحن نتوجه بالشكر أيضاً إلى كل من لم يقف إلى جانبنا ، ومن وقف في طريقنا

وعرقل مسيرة بحثنا، ونمرع الشوك في طريق بحثنا فلولا وجودهم لما أحسنا بمتعة البحث ، ولا حلاوة المناقشة

الإيجابية، ولولا هم لما وصلنا إلى ما وصلنا إليه فلهم منا كل الشكر.....

الملخص:

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أكبر التحديات التي تواجه أنشطة البنوك التجارية الجزائرية اليوم، ومن غير المعقول تجاهل مؤشرات الثورة التكنولوجية الجارية حاليا في البنوك العالمية، لذا فإن نجاح تبني هذه التكنولوجيا يتوقف على مدى سعي هذه البنوك إلى إدارة التغيير التكنولوجي بما يحقق فعالية أنشطتها ورضا العملاء ووفائهم عنها.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التأثير على رضا العميل المصرفي، من خلال إبراز واقع استخدام البنوك الجزائرية لهاته التكنولوجيا ومدى تطبيقها على أنشطتها المتنوعة بشكل خاص والرغبة في إرضاء احتياجات العملاء وتقديم خدمات ذات جودة عالية لهم بشكل خاص، وبعد إجراء عملية تحليل بيانات الدراسة المتعلقة ببنك الجزائر الخارجي واختبار الفرضيات، خلصت الدراسة إلى أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أثر بارز في تفعيل أنشطة البنوك التجارية الجزائرية لكن هذه الأخيرة لم تستفد منها كما ينبغي وإنما هي لا زالت في بداية طور الاستفادة من مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فيما تبقى الخدمات البنكية الحديثة غير مطبقة لعدة عوامل مختلفة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال - الأنترنت - البنوك - العملاء

Abstract:

The information and communication technology are the biggest challenges facing the Algerian commercial banks activities today, it is not reasonable to ignore the ongoing global banks technological revolution indicators, so the success of the adoption of this technology depends on how the pursuit of these banks to manage technological change in order to achieve effectiveness of its activities and customer satisfaction and her loyalty .

This study aimed to detect the effect of the application of information and communication technology in influencing on banking customer satisfaction by highlighting the reality of the Algerian banks to use these technology in general these circumstances and on desire to satisfy the needs of customers and provide high quality services to the in particular after a study of the bank of Algeria external data analysis process and test hypotheses the study concluded that the information and communication technology a significant impact in the activation of Algerian commercial banks activities but the latter did not benefit them as it but are still at the beginning of the process to benefit from the advantatages of information and communication technology the remainder modern banking several different factors.

Key words: Information and communication technology, Internet, banks, client.

الصفحة	فهرس المحتويات
.III	الإهداء
.IV	الشكر والعرفان
.V	الملخص
.VI	فهرس المحتويات
.VII	فهرس الجداول
.VIII	فهرس الأشكال
.IX	قائمة الملاحق
أ- هـ	المقدمة
الفصل الأول : أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال	
07	تمهيد
08	المبحث الأول : تكنولوجيا المعلومات والاتصال
08	المطلب الأول : مفاهيم عامة حول التكنولوجيا، المعلومات والاتصال
08	الفرع الأول : ماهية التكنولوجيا
13	الفرع الثاني : المعلومات
18	الفرع الثالث: الاتصال
22	المطلب الثاني : مفهوم وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال
22	الفرع الأول : مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال
25	الفرع الثاني : خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال
27	المطلب الثالث : البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال
29	المبحث الثاني : تكنولوجيا شبكات المعلومات والاتصال
29	المطلب الأول: ماهية الشبكات
29	الفرع الأول : مفهوم الشبكات وأنواعها
32	الفرع الثاني: الأنماط الهندسية لبنية الشبكات
35	المطلب الثاني : تكنولوجيا الشبكات
35	الفرع الأول: الإنترنت كمظهر من مظاهر مجتمعي المعلومات والمعرفة
40	الفرع الثاني: الانترنت و الاكسترنات ونظام تخطيط الموارد للمؤسسة
42	المطلب الثالث : أمن المعلومات
42	الفرع الأول: الأمن المعلوماتي : المفهوم والعناصر
43	الفرع الثاني : مخاطر المعلومات ووسائل الأمن اللازمة لها
47	الخلاصة
الفصل الثاني : المؤسسات المصرفية وعمالئها	
49	تمهيد
50	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول البنوك والتكنولوجيا المستخدمة فيها

50	المطلب الأول: نشأة ومفهوم البنوك
50	الفرع الأول: نشأة وتطور البنوك.....
51	الفرع الثاني : مفهوم البنوك
52	المطلب الثاني :أنواع ووظائف البنوك
52	الفرع الأول : أنواع البنوك
56	الفرع الثاني : وظائف البنوك.....
58	المطلب الثالث : التكنولوجيا في العمل المصرفي
58	الفرع الأول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي
59	الفرع الثاني : مزايا استخدام التكنولوجيا في المجال المصرفي ومتطلبات تحقيقها لتلافي السلبيات
61	المبحث الثاني : عملاء المؤسسات المصرفية
61	المطلب الأول :ماهية العميل البنكي
61	الفرع الأول : مفهوم العميل البنكي والعوامل المؤثرة عليه
63	الفرع الثاني : أنواع عملاء البنك وطبيعة العلاقة بينهما
66	المطلب الثاني: وسائل توطيد البنك لعلاقته مع عملائه
67	المطلب الثالث: رضا العميل البنكي
67	الفرع الأول: مفهوم رضا العميل وأهميته
68	الفرع الثاني: خصائص الرضا
69	الفرع الثالث: السلوكيات الناجمة عن الرضا أو عدم الرضا
71	خلاصة الفصل :
الفصل الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات المصرفية وتأثيرها على رضا العملاء.....	
73	تمهيد
74	المبحث الأول: دراسة تعريفية لبنك الجزائر الخارجي (BEA).....
74	المطلب الأول: .: لحة تاريخية عن البنك BEA
75	المطلب الثاني: : تقديم وكالة بنك الجزائر الخارجي بالوادي BEA.....
77	المطلب الثالث: الخدمات المقدمة والتكنولوجيات المستخدمة في البنك
77	الفرع الأول: الخدمات التي يقدمها البنك الخارجي لوكالة الوادي
79	الفرع الثاني: التكنولوجيات المستخدمة في بنك (BEA)
82	المبحث الثاني: الدراسة الميدانية لبنك BEA
82	المطلب الأول: أدوات الدراسة الميدانية
82	المطلب الثاني: إجراءات تحضير إنجاز الاستبيان
86	المطلب الثالث: عرض وتقييم نتائج الاستبيان
112	خلاصة الفصل:
114	الخاتمة :
118	قائمة المصادر والمراجع:
121	قائمة الملاحق:

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
14	العلاقة بين البيانات والمعلومات	(1.1)
17	خصائص المعلومات	(2.1)
28	البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	(3.1)
30	الشبكة المحلية Local Area Network	(4.1)
31	الشبكة الواسعة Wide Area Network	(5.1)
33	الشبكة النجمية Star Network	(6.1)
34	الشبكة الحلقية Ring Network	(7.1)
35	الشبكة الخطية Bus Network	(8.1)
44	المخاطر الرئيسية في بيئة المعلومات	(9.1)
56	أنواع البنوك	(1.2)
62	العوامل المؤثرة على العميل البنكي	(2.2)
64	العلاقة التبادلية بين البنك والعميل	(3.2)
65	خريطة التوقعات المتبادلة بين البنك والعميل	(4.2)
67	نموذج الرضا	(5.2)
76	الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الجزائر الخارجي	(1.3)
86	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(2.3)
87	توزيع أفراد العينة حسب السن	(3.3)
88	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	(4.3)
89	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	(5.3)
90	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 1	(6.3)
91	درجة موافقة مستجوبين على العبارة 2	(7.3)
92	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 3	(8.3)

93	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 4	(9.3)
94	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 5	(10.3)
95	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 6	(11.3)
96	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 7	(12.3)
97	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 8	(13.3)
98	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 9	(14.3)
99	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 10	(15.3)
100	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 11	(16.3)
101	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 12	(17.3)
102	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 13	(18.3)
103	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 14	(19.3)
104	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 15	(20.3)
105	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 16	(21.3)
106	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 17	(22.3)
107	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 18	(23.3)
108	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 19	(24.3)
109	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 20	(25.3)
110	درجة موافقة المستجوبين على العبارة 21	(26.3)

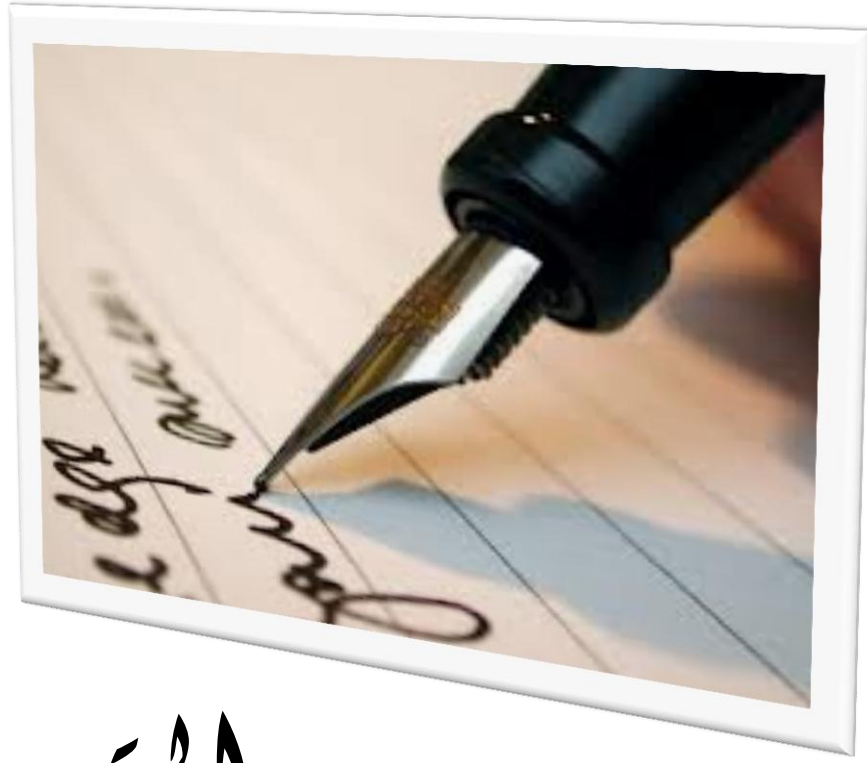
فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
41	الفرق بين الانترنت والانترنت الاكسترنات	(1.1)
78	خدمات TIC البنكية التي تشتمل عليها وكالة BEA	(1.3)
79	خدمة البطاقات البنكية في الوكالة	(2.3)
79	يوضح نظام التسيير في الوكالة	(3.3)
81	تجهيزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوكالة محل الدراسة BEA	(4.3)
84	يوضح درجة مقياس ليكارت	(5.3)
85	نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان	(6.3)
86	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(7.3)
87	توزيع أفراد العينة حسب السن	(8.3)
88	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	(9.3)
89	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	(10.3)
90	إجابات المستجوبين على العبارة (1)	(11.3)
91	إجابات المستجوبين على العبارة (2)	(12.3)
92	إجابات المستجوبين على العبارة (3)	(13.3)
93	إجابات المستجوبين على العبارة (4)	(14.3)
94	إجابات المستجوبين على العبارة (5)	(15.3)
95	إجابات المستجوبين على العبارة (6)	(16.3)
96	إجابات المستجوبين على العبارة (7)	(17.3)
97	إجابات المستجوبين على العبارة (8)	(18.3)
98	إجابات المستجوبين على العبارة (9)	(19.3)
99	إجابات المستجوبين على العبارة (10)	(20.3)
100	إجابات المستجوبين على العبارة (11)	(21.3)
101	إجابات المستجوبين على العبارة (12)	(22.3)

102	إجابات المستجوبين على العبارة (13)	(23.3)
103	إجابات المستجوبين على العبارة (14)	(24.3)
104	إجابات المستجوبين على العبارة (15)	(25.3)
105	إجابات المستجوبين على العبارة (16)	(26.3)
106	إجابات المستجوبين على العبارة (17)	(27.3)
107	إجابات المستجوبين على العبارة (18)	(28.3)
108	إجابات المستجوبين على العبارة (19)	(29.3)
109	إجابات المستجوبين على العبارة (20)	(30.3)
110	إجابات المستجوبين على العبارة (21)	(31.3)
111	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الإستبيان	(32.3)

قائمة الملحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
121	وثيقة الإستبيان	الملحق (01)



المقدمة

يواجه القطاع المالي والمصرفي تحديات كبيرة في ظل التغيرات الاقتصادية الراهنة، كونه يعتبر من أكثر القطاعات تأثراً بمظاهر العولمة، والتي تمثلت أهم معالمها في موجة التحولات والتطورات المتلاحمة التي شهدتها الساحة المصرفية والمالية و الدولية، من خلال الاتجاه المتزايد نحو التحرر من القيود وإزالة المعوقات التشريعية والتنظيمية، بفعل التغيرات التي شهدتها الاقتصاد العالمي، ونظراً للمنافسة المفروضة من قبل البنوك العالمية الكبرى التي تستحوذ على إمكانيات بشرية وتكنولوجية هائلة تمكنها من السيطرة على مختلف الأسواق واحتكارها لها. ولمواجهة هذه التحديات لجأت مختلف البنوك إلى إعادة صياغة استراتيجياتها بما يمكنها من القدرة على المنافسة محليا وإقليميا.

وتعد التطورات التكنولوجية السريعة من التغيرات الرئيسة والحاسمة في التأثير على النشاط الاقتصادي، حيث عرفت السنوات الأخيرة نموا كبيرا لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، وبتزايد أهميتها أصبح استخدامها منتشرا في كافة المجالات والقطاعات الاقتصادية والتي من بينها القطاع المصرفي، حيث تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا هاما في زيادة القدرات التنافسية للبنوك.

وتعتبر المؤسسات المصرفية خاصة وبحكم طبيعة نشاطها بحاجة أكبر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث اهتمت البنوك اهتماما كبيرا بتكثيف الاستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والاتصال، وتطويرها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية من البنوك إلى العميل بدقة وسهولة ويسر، الأمر الذي يتواءم مع المتطلبات المعاصرة والمتزايدة لمختلف شرائح العملاء من ناحية، ويحقق نموا مطردا في حجم عملياته وأرباحه من ناحية أخرى، أو خلق منتجات خدمية ذات درجة عالية من التطور التكنولوجي لأن الخدمة تتوقف أساسا على مدى جودتها وتحقيقها لأكثر إشباع ممكن لمتلقيها (العملاء) وأعلى مستوى من الرضا لديه، لأنه أساس نشاطها. لذلك أصبح لزاما عليها طرح خدمات تتماشى ومتطلبات ورغبات العملاء، والتي من خلالها تستطيع التأثير فيهم واستهداف أكبر عدد منهم وكسب رضاهم

الإشكالية

تبعاً للأهمية المتزايدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والآثار التي أفرزتها تطبيقاتها على إدارة المؤسسات المصرفية اليوم، تظهر معالم الإشكالية التي نعالجها في التساؤل الجوهري التالي:

ما مدى مساهمة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التأثير على رضا العميل المصرفي؟

ولمعالجة وتحليل هذه الإشكالية وتكوين إطار نظري وفكري، نطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية تساعد في الإلمام بحيثيات التساؤل الرئيسي المطروح تتمثل في:

- ما المقصود بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟ وما هي أهم خصائصها ومرتكزاتها؟
- ما مدى تقدم القطاع المصرفي لأحدث خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة؟
- هل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في التأثير على رضا العملاء ووفائهم؟

فرضيات الدراسة

انطلاقاً من إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية السابقة تم وضع مجموعة من الفرضيات سيتم إثبات صحتها أو نفيها من خلال السياق العام لهذه الدراسة وتتمثل في:

- تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال مجموعة الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات وشبكات الربط التي تستخدم لبناء نظم المعلومات وتشغيلها والاستفادة منها وفق أسس علمية وموضوعية؛
- يقدم القطاع المصرفي أحدث الخدمات المصرفية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة؛
- تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دوراً بالغاً في تسهيل العمليات المصرفية مما يؤدي إلى رضا العملاء ووفائهم عن الخدمات المقدمة.

مبررات اختيار الموضوع

تعود أسباب اختيار الموضوع إلى:

- تماشي الموضوع مع طبيعة التخصص المتبع، إذ هو يتطرق إلى الجديد في أعمال المصارف وما يرتبط بها من تقنيات، وبالتالي فهو يدخل في مجال اقتصاديات البنوك؛
- الرغبة في الإطلاع على التكنولوجيا المصرفية وقدرتها على تحقيق الكثير من المنافع للبنوك والعملاء؛
- الرغبة في وضع البنوك التجارية الجزائرية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

أهداف الدراسة وأهميتها

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى:

- إبراز الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة في البنوك من خلال خدماتها المقدمة، وقيام العملاء وفقا لذلك بالمقارنة بين خدمات جميع البنوك لاختيار ما يناسبهم ؛
- اطلاع المهتمين في ميدان البنوك بأهمية الموضوع، وما يمكن أن يقدمه من إسهامات فيما يخص القطاع المصرفي والمالي على حد سواء.

ويكتسي الموضوع أهمية بالغة نظرا لما يلي:

- عدم وجود دراسات ميدانية كافية اهتمت بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلاقتها بتطوير المؤسسات المصرفية في الجزائر؛
- جاءت هذه الدراسة بمثابة دعوة إلى التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات وعدم الانتظار للتعرف على نتائج الآخرين لتقليدها، وإنما السعي إلى الريادة والتعرف على كل ما هو جديد، لتحقيق الأسبقية والبقاء والاستمرارية في تسيير أعمالها.

الدراسات السابقة

- دراسة محمد يدو بعنوان " تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحديث الخدمة المصرفية" رسالة ماجستير، جامعة البليدة، 2007، هدفت إلى تسليط الضوء على آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاقتصاد بصفة عامة، والنظام المصرفي بصفة خاصة مع تقييم الاتجاهات الحديثة لتحديث الخدمات البنكية، حيث قام الباحث في دراسته بعملية مسح لكافة تطورات المنظومة المصرفية الجزائرية بشكل عام، حيث أنه لم يدرس عينة محددة وكان ذلك بطريقة وصفية، وخرجت الدراسة بعدة استنتاجات أهمها:

✓ تلعب الانترنت والشبكات دورا كبيرا في انتشار وتنشيط الخدمات المتعددة التي تتيحها المؤسسات المصرفية لعملائها، وتبرز أهميتها من خلال تقليص التكاليف وإتاحة فرص جديدة لانتشار خدمات ذات جودة عالية.

المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة

لدراسة موضوع البحث، تخلصنا باستخدام المناهج المتعددة في البحوث الاقتصادية بصفة عامة، فبالنسبة للجانب النظري ارتأينا أن يتم تجميع أجزاء البحث لتكوين القاعدة النظرية المستقاة من مختلف المراجع، ويعتبر الأسلوب الوصفي مناسباً لتقرير الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع، وهذا يتناسب مع طبيعة الموضوع، أما في الجانب التطبيقي فاعتمدنا على منهج دراسة الحالة - دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي - الذي يعتمد الدراسة التطبيقية، بغية تحليل واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة المصرفية المختارة واستخلاص النتائج التي تخدم أغراض البحث.

أما فيما يخص أدوات البحث والدراسة فقد اعتمدنا في الجانب النظري من هذا البحث على المسح المكتبي لمجموعة المراجع المتنوعة ما بين الكتب و الرسائل والمجلات بالإضافة إلى المكتبات، أما عن أدوات الدراسة الميدانية فتمت باعتماد أداة جمع البيانات من خلال الاستبيان والمقابلة والتحليل كما هي موضحة في الفصل الثالث.

صعوبات الدراسة

واجهتنا مجموعة من الصعوبات خلال إنجاز هذه الدراسة نذكر من أهمها:

- قلة المراجع بشكل كبير والتي تربط بين متغيري الدراسة والمتمثلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال ورضا العملاء، وعادة ما يكون ربط موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بجودة الخدمة.
- عدم تعاون بنك الجزائر الخارجي في إعطاء البيانات الضرورية لهذه الدراسة بحجة سرية المعلومات.
- عدم مساهمة أفراد العينة في الإجابة على أسئلة الاستبيان بحجة انشغالهم المهنية.

محتوى الدراسة

بالرجوع إلى الإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية الواردة تم تقسيم الدراسة إلى مقدمة وثلاثة فصول و خاتمة، تناولت المقدمة الطرح العام للموضوع، أما الفصل الأول جاء فيه الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث تم التعرض فيه إلى مجموعة من المفاهيم المتعلقة بهذه التكنولوجيا ، وأيضاً الشبكات المعلوماتية، بالإضافة إلى الأمن المعلوماتي والجرائم المتعلقة به.

ثم يأتي الفصل الثاني الذي تناول موضوع المؤسسات المصرفية وعملائها، وذلك من خلال التطرق إلى نشأة المؤسسات المصرفية وأنواعها وكذلك إلى وظائفها، بالإضافة إلى العملاء باعتباره الشريحة الأهم بالنسبة لهذه الأخيرة.

هذا وتطرقنا في الفصل الثالث إلى الدراسة الميدانية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في التأثير على العملاء وذلك من خلال الوقوف على واقع هذه التكنولوجيا في المؤسسة المصرفية.

لنصل في الأخير إلى خاتمة البحث التي تضمن أهم نتائج الفصول النظرية وأهم النتائج التطبيقية مع التأكيد على صحة الفرضيات أو نفيها، متبوعة بجملة من التوصيات والاقتراحات، بغية المساهمة في إثراء دراسة التكنولوجيا في العمل المصرفي الجزائري، وأخيرا اقتراح آفاق البحث المستقبلية التي يمكن أن تدفع بالباحثين للمزيد من البحوث العلمية.

الفصل الأول

تكنولوجيا المعلومات

والإتصال

TIC

تمهيد :

تعيش البشرية اليوم في وقتنا الحاضر عالم متغير، عالم اختلف كثيرا عما كان من قبل انه عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة والفائقة، العالم الذي يتجه نحو التكتلات المعلوماتية ونحو شبكات الاتصال البعيدة المدى، تقدم المعلومات وتتيح الاتصالات عبر سطح الكرة الأرضية كلها، فالتطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في المجالات المختلفة يعتبر أهم ما يميز العقود الأخيرة من القرن الماضي وبداية القرن الجديد وذلك من خلال إلتحام تكنولوجيا المعلومات مع تكنولوجيا الاتصال وشكلنا اتجاهات عامة منها امتزاج تقنيات الاتصال والاتجاه نحو خلق شبكة كونية للاتصالات عن بعد.

وعليه سوف نتناول في هذا الفصل أهم المفاهيم الأساسية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وما يميزها من خصائص، كما تناول أيضا تكنولوجيا الشبكات لما لها من أنواع وأنماط متعددة، وفي الأخير تناولنا المخاطر والتهديدات التي تحيط ببيئة المعلومات وأيضا المتطلبات والوسائل التي تصد من هذه المخاطر.

المبحث الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال احد الأدوات الهامة المتاحة للمؤسسات للتكيف والتعامل مع التغيير، لذلك على المدير الحديث كمتخذ للقرار أن يكون على معرفة جيدة في عملية التعامل مع هذه التكنولوجيا وكيفية عملها بطريقة كفؤة وفعالة لذا سنحاول في هذا المبحث التطرق لأهم الجوانب المتعلقة بهذه التكنولوجيا.

المطلب الأول: مفاهيم عامة حول التكنولوجيا، المعلومات والاتصال

قبل التطرق والخوض في تكنولوجيا المعلومات والاتصال سنحاول التعرف على أهم المصطلحات ذات الصلة بالموضوع، وذلك بتناول كل مصطلح على حدى رغم تدخل بعضها ببعض. وعليه سنتطرق لكل من المصطلحات التالية: التكنولوجيا والمعلومات، الاتصال.

الفرع الأول: ماهية التكنولوجيا

تعتبر التكنولوجيا من احدث الأدوات للمنظمات والمؤسسات بل وحتى الحكومات وأصبح مفهومها مرتبط بتطور وتقدم المجتمعات، فهي تعتبر الأداة الأكثر مساهمة وبطريقة مباشرة في بناء مجتمع جديد ينطوي على أساليب وتقنيات جديدة، وفي هذا الجزء سنتناول المفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا وكذا مختلف التعاريف لها ثم نعرض على أهم أنواعها وفي الأخير إلى أهميتها.

أولاً: مفهوم التكنولوجيا

تعد التكنولوجيا من أكثر الألفاظ شيوعاً واستخداماً في عصرنا والتي أصبح لها معاني كثيرة ومفاهيم مختلفة ومتناقضة حسب مستخدم اللفظ، فقد تعددت التعاريف التي أعطيت لهذا المصطلح إلا انه مزال الغموض يشوبه في بعض الأحيان، فالكثير يستخدمونه دون العناية لتحديد معناه أو مضمونه.

فمن الناحية اللغوية يرجع أصل كلمة التكنولوجيا (Technology) إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين وهما (Techno) تعني التشغيل الصناعي، والثاني (Logos) أي العلم أو المنهج. لذا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي¹

¹ أكرم محسن الياسري، إيناس ناصر عكله الموسوي، مفاهيم معاصرة في الإدارة الإستراتيجية ونظرية المنظمة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص17.

ويعرف المعجم (Webster) التكنولوجيا بأنها اللغة التقنية, والعلم التطبيقي والطريقة الفنية للتحقيق غرض عملي, فضلا عن كونها مجموعة الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم. أما التقنية كما يوردها المعجم ذاته بأنها أسلوب أو طريقة معالجة التفاصيل الفنية أو طريقة لإنجاز غرض منشود.¹

وهناك من يعرفها بأنها " دراسة للوسائل الفنية التي تشتمل على كل موضوعات الثقافة المادية, وهي لذلك تتضمن كل ما يقدمه العالم الطبيعي من أمور مادية.²

كما تم تعريفها أيضا على أنها " العمليات والتقنيات والمكائن والأعمال المستخدمة لتحويل المدخلات (المواد والمعلومات, الأفكار) إلى المخرجات (المنتجات والخدمات).³

ثانيا: أنواع التكنولوجيا

يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها مايلي:⁴

1. على أساس درجة التحكم: نجد هناك

أ- التكنولوجيا الأساسية: وهي التكنولوجيا الشائعة والتي تمتلكها المؤسسات الصناعية وتتميز بأن درجة التحكم فيها كبيرة جدا.

ب- تكنولوجيا التمايز: وهي عكس النوع السابق, حيث تمتلكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية, وهي التكنولوجيا التي تميزها عن بقية منافسيها مباشرة.

2. على أساس موضوعها: وهناك

أ- تكنولوجيا المنتج: وهي التكنولوجيا المحتواة والمتضمنة في الأصل, أي المنتج النهائي والمكونة له.

ب- تكنولوجيا أسلوب الإنتاج: وهي تلك المستخدمة ضمن عمليات الصنع و عمليات التركيب

ت- تكنولوجيا التسيير: وهي المستخدمة في معالجة مشاكل التنظيم, وتسيير تدفقات الموارد, ومن

أمثلتها البرامج والتطبيقات التسييرية (نظم دعم القرارات, نظم دعم المديرين...)

¹ غسان قاسم داود اللامي, إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومدخل تقنيات تطبيقات عملية, الطبعة الأولى, دار المنهاج للنشر والتوزيع, عمان, 2007, ص22.

² علي غربي, بمينة نزار, التكنولوجيا المستوردة, مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة, جامعة المتوري, قسنطينة, 2002 ص 17.

³ محمد الصيرفي, إدارة تكنولوجيا المعلومات, الطبعة الأولى, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية, 2009, ص 14.

⁴ لمين علوطي, تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة, رسالة ماجستير في علوم التسيير, كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

جامعة الجزائر, 2003/2004, ص ص 11,09.

ث- **تكنولوجيا التصميم:** وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة, كالتصميم بمساعدة الحاسوب.

ج- **تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:** وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات والمعطيات ونقلها, كما تترىد أهميتها باستمرار نظرا لدور الذي تلعبه في عملية التسيير وهي إحدى المتغيرات المهمة في دراستنا هذه.

3. على أساس محل استخدامها:

أ- **تكنولوجيا مستخدمة داخل المؤسسة:** وتكون درجة التحكم فيها ذات مستوى عال من الكفاءة الخبرة وبفضلها تكون المؤسسة مستقلة عن المحيط الخارجي

ب- **تكنولوجيا مستخدمة خارج المؤسسة:** وعدم توفر هذه التكنولوجيا داخل المؤسسة لأسباب أو أخرى، يجعلها ترتبط بالتبعية للمحيط الخارجي من موردي أو مقدمي تراخيص استغلالها .

4. على أساس كثافة رأس المال :

أ- **التكنولوجيا المكثفة للعمل :** وهي تلك التي تؤدي إلى تخفيض نسبة رأس مال الوحدة من الإنتاج، فيما يتطلب زيادة في عدد وحدات العمل اللازمة لإنتاج تلك الوحدة ، وبفضل تطبيقها في الدول ذات الكثافة السكانية والفقيرة الموارد ورؤوس الأموال .

ب- **التكنولوجيا المكثفة لرأس المال :** وهي التي تزيد من رأس المال اللازم لإنتاج وحدة من الإنتاج مقابل تخفيض وحدة عمل، وهي تتناسب في الغالب مع الدول التي تتوفر على رؤوس أموال كبيرة.

ت- **التكنولوجيا المحايدة :** هي تكنولوجيا يتغير فيها معامل رأس المال والعمل بنسبة واحدة، لذلك فإنها تبقى على المعامل في أغلب الأحيان بنسبة واحدة.

5. على أساس درجة التعقيد:

أ- **التكنولوجيا ذات الدرجة العالية:** وهي التكنولوجيا شديدة التعقيد، والتي من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق استغلالها إلا بطلب المعونة من صاحب البراءة.

ب- **التكنولوجيا العادية :** وهي أقل تعقيدا من سابقتها، ويمكن للفنيين والمختصين المحليين في الدول النامية استيعابها ألا أنها تتميز أيضا بضحامة تكاليف الاستثمار، والصعوبات التي تصادف الدول النامية في الحصول على براءتها مع المعرفة الفنية.

ثالثا: آثار التكنولوجيا

1. الآثار الايجابية: هناك العديد من الفوائد والمزايا الجوهرية من استخدام التكنولوجيا الجديدة، ومن هذه

المزايا وأكثرها وضوحا مايلي:¹

- تخفيض التكاليف المباشرة للعمل والمواد الخام؛
- زيادة المبيعات: حيث انه وفي ظل استخدام تكنولوجيا جديدة ومتقدمة فإن المبيعات ستزيد؛
- تحسين الجودة: وكمثال نجد انه خلال استخدام التكنولوجيا الطبية الجديدة يمكن تشخيص الأمراض القلبية والباطنية وغيرها؛
- وفي مجال التصنيع فإن استخدام الآليات في مناولة المواد الخام أدى إلى تخفيض الأخطار البشرية وتحسين المنتج، كما أصبحت أوقات تسليم المنتجات للعملاء سريعة وبالتالي تخفيض تكاليف الإنتاج.
- تحسين الظروف: كاستخدام التكنولوجيا المتقدمة في الاتصالات، أدى إلى سرعة الاتصال وتقريب المسافات وتخفيض حجم الضوضاء والتشويش في الهواتف والمكالمات وسرعة الحصول على المعلومة من خلال شبكة الانترنت.

2. الآثار السلبية:²

قدمت التكنولوجيا خدمات عظيمة للبشرية إلا أن وجودها لم يخلو من الآثار السلبية على هذا الصعيد أو ذاك ومن بين هاته الآثار مايلي:

- ارتفاع تكاليف الاستثمارات في التكنولوجيا المتقدمة، خاصة تلك المشروعات التكنولوجية المعقدة؛
- تحتاج المشروعات التكنولوجية العالية التكلفة إلى مجهودات كبيرة والتدقيق والمعاينة والاختبار والتجريب؛
- مخاطر عدم تشغيل الآلات والمعدات طول الوقت، أي وجود طاقة تكنولوجية فائضة أو عاطلة؛
- استمرار التفاوت الاجتماعي والمعرفي بين الناس، سواء داخل الدولة الواحدة أو بين الدول؛
- العمل لساعات طويلة لمستخدمي النظم يلحق بهم مشاكل صحية وتوترات نفسية؛
- يمكن أن يتم نشر معلومات غير قانونية، أو انتهاك حقوق الملكية الفكرية باستخدام نظم المعلومات مثل الانترنت أو الاتصال... الخ؛

¹ علي غربي، يمينة نزار، مرجع سبق ذكره، ص 22.

² كريمة الجوهري، أثر مخاطر استخدام التكنولوجيا في جودة عمل المدقق الخارجي، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، جامعة المستنصرية، العراق، العدد الثاني، 2010

- سيواجه المدراء مشاكل اختراق الحماية وعدم القدرة على السيطرة عليها.

رابعا: أهمية التكنولوجيا:

ذلك أن أصبحت جميع المؤسسات الإقتصادية اليوم وبما فيها البنوك تعتمد على علاقاتها مع العالم الخارجي كله بواسطة المعلوماتية سواء كان ذلك:¹

- ❖ المؤسسة إلى مؤسسة أخرى (Business To Business) أي أعمال إلى أعمال (B To B) .
- ❖ من المؤسسة إلى العميل: (Business To Consumer) كما هو موضوع دراستنا (B To C).
- وتطورت هذه التكنولوجيا نتيجة تطور التجارة الإلكترونية .
- ❖ إضافة إلى وجود تكنولوجيا من المؤسسة إلى الإدارات الأخرى كالضرائب مثلا وتعرف بـ (B To A) (Business To Administrations) .

للتكنولوجيا أهمية بالغة سواء للمؤسسة أو الفرد أو المجتمع ككل:²

- تنمي قدرات المؤسسة سواء كانت إنتاجية أو مالية أو غيرها؛
- حل مشكلات الإنسان المعقدة والمتداخلة التي تشكل الإطار الحياتي للإنسان؛
- رفع إنتاجية العمل وزيادة المبيعات بالنسبة للمؤسسات؛
- النهوض بالمجتمع نحو الرقي والحضارة؛
- تساعد على تحقيق الميزة التنافسية وكذا المحافظة على البقاء والاستمرارية؛
- توفر كل الجهد والتكاليف؛
- تقليص الكثير من الوقت اللازم لانجاز العمليات والمهام؛
- توفر المعلومات التي تحتاجها المؤسسة بشكل منظم وسريع؛
- تأقلم المؤسسات مع البيئة الخارجية والتحكم في المنافسة.

¹ jeam François pillou , Tout Sur Les Système d'information, dunod, paris, 2006, P 05

² غسان قاسم داود اللامي، مرجع سبق ذكره، ص 41.

الفرع الثاني: المعلومات

تعتبر المعلومات هي العصب المحرك لكل أنواع القرارات المتخذة في أي مؤسسة، لذلك سنحاول من خلال هذا الجزء أن نتناول مجموعة من المفاهيم المتعلقة بالمعلومات للوصول إلى الفهم الجيد لهذا المصطلح.

أولاً : ماهية المعلومات وعلاقتها بالبيانات

يخلط الكثير منا بين مفهوم كل من البيانات والمعلومات لذلك من المهم أن نوضح كل مفهوم على حدا مع تبيان كيفية تحول البيانات إلى معلومات.

1. **البيانات:(DATA)** هي عبارة عن جميع الحقائق أو الرسائل والمشاهدات في صورة أرقام أو حروف أو رموز غالباً ما تكون غير مرتبة أو غير جيدة للاستخدام أي لم يتم معالجة لها، وهي تعني المواد الأولية لصناعة المعلومات.¹

ويقصد بالبيانات أيضاً كل المعطيات الغير منظمة كالتائج الإحصائية ونتائج الاستطلاعات والتنبؤات المجمعة من المصادر المختلفة داخلية كانت أم خارجية وهي تمثل أيضاً المادة الخام للمعلومات.² إذن فهدف البيانات هو الإعلام عن حقائق موجودة وبالتالي فهي ليست لها قيمة فعلية إلا بعد أن تتحول إلى معلومات.

2. **المعلومات:(INFORMATION)** هي بيانات تم تصنيفها وتنظيمها ومعالجتها بشكل يسمح باستخدامها والاستفادة منها، وبالتالي فالمعلومات لها معنى وتؤثر في ردود أفعال وسلوك من يستقبلها.³ وبعبارة أخرى هي " بيانات خضعت للمعالجة والتحليل والتفسير، بهدف استخراج المقارنات والمؤشرات والعلاقات التي تربط الحقائق والأفكار والظواهر مع بعضها البعض".⁴

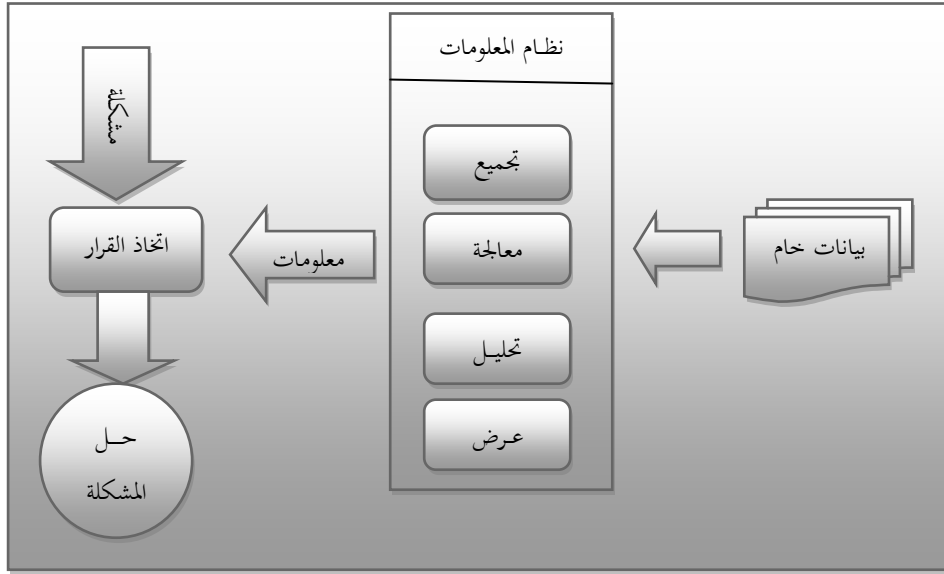
¹ علاء فرج الطاهر، إدارة المعلومات والمعرفة، الطبعة الأولى، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 75.

² غول فرحات، الوجيز في اقتصاد مؤسسة، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 174.

³ احمد فوزي مولوخية، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 43.

⁴ فايز جمعة النجار، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الثالثة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 46.

الشكل رقم (1.1) العلاقة بين البيانات والمعلومات



المصدر: أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 6، بتصرف

العلاقة بين البيانات والمعلومة هي نفسها تلك التي نجدتها في المادة الخام والمنتج النهائي، حيث أن نظم المعلومات تعمل على تشغيل البيانات وإعدادها وتحويلها من صورة لا يكمن استخدامها إلى صورة يمكن استخدامها.

كما تجدر الإشارة في الأخير إلى حقيقة أساسية لا غنى عنها وهي أن ما يعد معلومة بالنسبة لفرد ما في زمن ما قد تكون بيان خام بالنسبة لفرد آخر، بل حتى للشخص نفسه في موقف آخر أو في زمن آخر، وعليه هناك وجود علاقة تزامنية بين البيانات والمعلومات مما أدى بالمصطلحين عادة أن يستخدموا للتعبير عن بعضهما أحيانا.

ثانيا: أهمية المعلومات: إن توافر المعلومات في الوقت المناسب يؤدي إلى تحقيق مجموعة من المكاسب نظرا لأهميتها في حياتنا الخاصة وللمؤسساتنا ومجتمعاتنا، حيث تكمن أهميتها في النقاط التالية:¹

- ❖ هي أساس أي قرار يتخذه كل مسؤول في موقعه، وتعتمد عليها دقة القرار وصحته؛
- ❖ تحتل ركنا هاما في البناء الإداري المعاصر لأنها أداة الربط الأساسية بين أجزاء التنظيم؛

¹ بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2012/2013، ص 125.

- ❖ تتوقف نوعية القرارات على نوعية المعلومات المتصلة بالمشكلة المطروحة وعلى مدى صلاحية هذه المعلومات؛
- ❖ المعلومات ضرورية ومطلوبة لتطوير قرارات الفرد والمجتمع ولها دور أساسي في نجاح أي نشاط أو أي مشروع؛
- ❖ ضمان القرارات السليمة في جميع القطاعات وعلى مختلف مستويات المسؤولية؛
- ❖ المعلومات دعامة أساسية من دعوات البحث العلمي في مختلف الموضوعات والتخصصات؛
- ❖ توفير بدائل وأساليب حديثة لحل المشكلات الفنية واختيارات تكفل الحد من هذه المشكلات في المستقبل؛
- ❖ تساعد المعلومات في نقل الخبرات للآخرين وعلى الاستفادة من المعرفة المتاحة بالفعل؛
- ❖ المعلومات هي أساس عملية الاتصال الإنساني في المجتمع بكل مستوياته، وبالتالي فهي محور عمل كل مؤسساته المختلفة؛
- ❖ زيادة مستوى المعرفة لدى المستفيدين من المعلومات، حيث تزوده بتصور عقلي عند فرد أو مجموعة من الأفراد أو مجموعة من الأنشطة أو الأهداف.

ثالثاً: خصائص المعلومات: تتميز المعلومات بمجموعة عديدة من الخصائص.

نذكر منها:¹

1. **التوقيت: Timely** يعني أن تكون المعلومات مناسبة زمنياً لاستخدامات المستفيدين خلال دورة معالجتها والحصول عليها، ولا يتحقق ذلك إلا باستخدام الحاسب الإلكتروني الذي يمكن من الحصول على المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب.
2. **الدقة: Accuracy** وتعني أن تكون المعلومات خالية من الأخطاء الصريحة التي يكون سببها بيانات معينة أو الأخطاء الفنية الناتجة عن المعلومات غير المناسبة زمنياً، ويمكن التعرف على معدل الدقة عن طريق نسبة المعلومات الصحيحة إلى إجمالي المعلومات الناتجة خلال فترة زمنية معينة.
3. **الصلاحية: relevance** بمعنى أن تكون المعلومات ملائمة ومناسبة لطلب المستفيد فإدارة أي منظمة سوف تشعر بالإحباط عندما تتحقق لها بعض المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب ولكنها غير متكاملة، أي ينقصها بعض البنود التي تجعلها غير صالحة للتوصل إلى قرارات مستندة على أساسها.

¹ فؤاد الشرايبي، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 16.

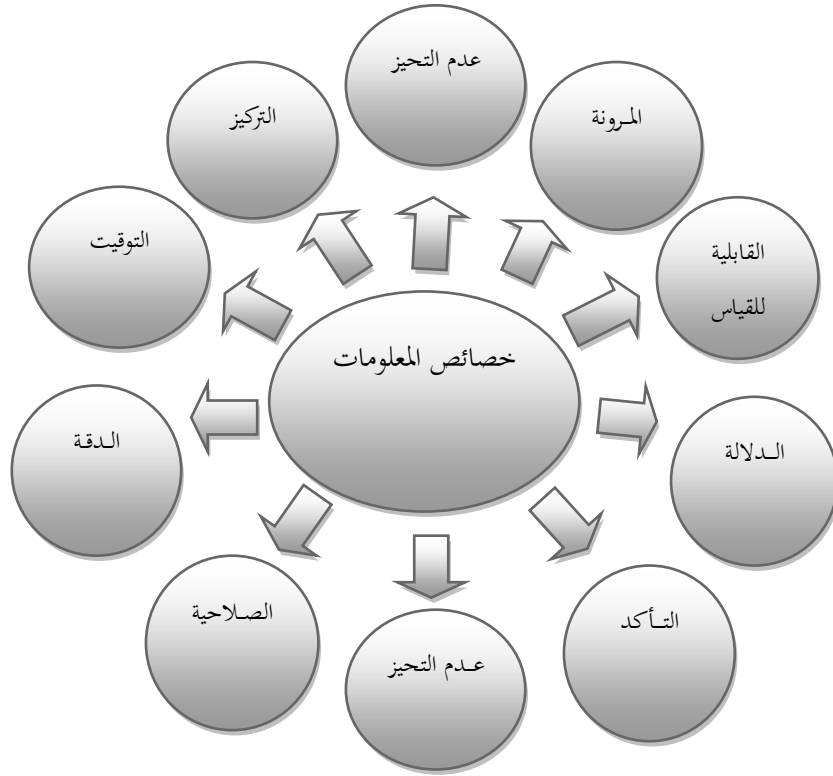
4. التركيز : فمن المضل تركيز وتلخيص المعلومات في جداول ورسومات بيانية توضح الاتجاهات العامة وتدل على البنود التي يمكن أن تعتبر شاذة وغير متفقة مع الاتجاهات الطبيعية والمتوقعة وفقا للخطط الموضوعة للنشاطات المختلفة التي تقوم بها المنظمة، وذلك تجنبا لضياع المعلومات المفيدة وسط المعلومات الغير مفيدة.
5. الوضوح: Clarity وهو يشير إلى الدرجة التي يجب أن تكون فيها المعلومات خالية من الغموض، فالمعلومات الغامضة يصعب الاستفادة منها.

وكذلك تتميز ب:¹

1. عدم التحيز free dom from bias : وتعني هذه الخاصية عدم تغيير المعلومات بما يجعله مؤثرا على المستفيد أو تغيير المعلومات حتى تتوافق مع أهداف أو رغبات المستفيدين.
2. المرونة flexibility يقصد بالمرونة قابلية المعلومات لتكييف تلبية الاحتياجات المختلفة لجميع المستفيدين، فالمعلومات التي يمكن استخدامها بواسطة العديد من المستفيدين في تطبيقات متعددة تكون أكثر مرونة من المعلومات التي يمكن استخدامها في تطبيق واحد.
3. القابلية للقياس quantifiable وهو يشير إلى طبيعة المعلومات المنتجة من نظام المعلومات وإمكانية قياسها في شكل كمي، حتى يمكن الاستفادة منها خاصة في النماذج والحسابات الرياضية.
4. الدلالة : بمعنى أن تشبع المعلومات حاجة الإدارة إلى المعرفة التي تساعد في اتخاذ القرارات وأن تساعد في إدراك جديد لماهية الأعمال التي تقوم بها، ومن ثم فإنه لا يجب متابعة التقارير التي كانت ذات دلالة في وقت مضى ولم يعد لها أي دلالة حاضرا.
5. التأكد: بمعنى أن تكون المعلومات مؤكدة المصدر – أي موثقة – بالإضافة إلى عدم احتوائها على أخطاء تشكك في مصدرها.

¹ ربحي مصطفى العليان، اقتصاد المعلومات، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 109.

الشكل رقم (2.1) خصائص المعلومات



المصدر: ريجي مصطفى العليان، مرجع سبق ذكره، ص 111.

الفرع الثالث: الاتصال

أولاً: مفهوم الاتصال

لقد ظهرت تعريفات عديدة لمفهوم الاتصال لا يمكن حصرها من قبل باحثين ومتخصصين تعكس أهميته ودوره في الحياة الإنسانية ككل ومن بين هذه التعريفات مايلي:

الاتصال لغويًا في القواميس العربية كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساسًا الصلة وبلوغ الغاية¹، أما كلمة الاتصال (Communication) في الأصل اللاتيني مشتقة من كلمة (Communes) وتعني عام أو مشترك، ولهذا فهي تكون قاعدة مشتركة عامة.²

أما بالنسبة لقاموس Webster يعرف الاتصال بأنه " العملية التي تتم من خلالها تبادل المعلومات والتي تفهم من قبل شخصين أو أكثر، وذلك بغرض إحداث الدافعية أو التأثير في السلوك³، وفي هذا السياق تم تعريف الاتصال أيضًا على أنه العملية التي يتم من خلالها إرسال رسالة معينة - منبه - من مرسل إلى مستقبل مستهدف وباستخدام أكثر من أسلوب ومن خلال وسائل اتصالية محددة.⁴

إذن فالإتصال هو العملية أو الطريقة التي يتم من خلالها نقل المعلومات من شخص إلى آخر، تؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات واتجاه تسير فيه واتجاه تسعى إلى تحقيقه ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها.

ثانياً: خصائص الاتصال

لا غنى للإنسان عن الاتصال لأنه يستمر مع استمرار الحياة ولأنه حاجة نفسية واجتماعية أساسية، ويمكن تلخيص خصائص الاتصال في الآتي:⁵

1. اللغة أهم أشكال التفاعل والاتصال؛
2. الاتصال يحدد لنا هوية وشخصية الآخرين الذين سنتصل بهم؛

¹ محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، دار وائل للنشر، الأردن، 2000، ص 253.

² بشير العلاق، الاتصال في المنظمات العامة، بين النظرية والممارسة، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 18.

³ ثامر ياسر البكري، تسويق الخدمات الصحية، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 28.

⁴ ناصر داداي عدون، الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، بدون دار نشر، الجزائر، 2004، ص 14.

⁵ فضيل دلي، ميلود سفاري، الاتصال في المؤسسة، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003، ص 7.

3. قنوات ووسائل الاتصال كثيرة العدد؛
4. كلما زاد التقارب العلمي والثقافي والاجتماعي نجح الاتصال؛
5. العلاقات المتبادلة تنبثق من المعلومات المتبادلة عن طريق الاتصال المتبادل؛
6. الاتصال يعني تبادل الآراء والتفاهم بين طرفين يشتركان في علاقة قد تكون مؤقتة أو من قبيل الصدفة؛
7. أن قدرة شخصين على الاتصال ووجود علاقة بينهما تعني أنهما في نظام اجتماعي واحد ولغة واحدة؛
8. إن المعلومات التي تتضمنها الرسالة لها مظاهر ضمنية وأخرى صريحة؛
9. توجد فروقات بين الثقافات المختلفة في المسافة التي يحتفظ بها الأفراد عند الحديث وجها لوجه.

ثالثا: أنواع الاتصال: كون الاتصال يتميز بالشمولية والغاية، عمل الباحثين في هذا المجال إلى محاولة تصنيفه إلى عدة أنواع يمكن إيجازها فيما يلي:¹

1. **الاتصال الرسمي :** وهو منظم محدد القنوات والاتجاهات ومن أشكاله
أ- **الاتصال من أعلى إلى أسفل :** وهذا يعني تدفق الأوامر والتعليمات والتوجيهات والمعلومات والأفكار والاقتراحات من الرئيس إلى المرؤوسين.
ب- **الاتصال من أسفل إلى أعلى :** وهذا يعني تدفق الاقتراحات والمعلومات من المرؤوسين إلى الرئيس.
ت- **الاتصال الأفقي :** ويحدث بين الإدارات المختلفة للشركة أو الأقسام المختلفة للإدارة.
ث- **الاتصالات القطرية :** وهي التي تتم بين مدير إدارة مع رئيس قسم في إدارة أخرى.
2. **الاتصال غير الرسمي :** يحدث في الشركات دون التقييد بمراكز الأفراد وعلاقاتهم ورتبهم ويقوم على أساس العلاقات الشخصية لهم ويرتكز حول الأهداف الشخصية لهم وقد يكون مقصودا أو غير مقصود.

¹ علي فلاح الزعبي، الاتصالات التسويقية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 36، 37.

رابعاً: عناصر العملية الاتصالية :

إن عملية الاتصال تقوم على مجموعة من العناصر التي لا يمكن الفصل بينها في الواقع الحقيقي ومع التأكيد على أن عملية الاتصال تتم بالاستمرارية، والدائرية وليس لها بداية ولا نهاية. فهي تعتمد على عناصر متصلة ومتداخلة ومتشابكة داخل المؤسسة وتشمل هذه العملية مايلي:

- 1 **المرسل (Sender)** يعد المرسل العنصر الأول و الأساسي في عملية الاتصال، والحركة الأولى في دورتها ومسيرتها. ويسمى أحيانا المصدر أو مصدر المعلومات، ويسمى أيضا المتصل. والمرسل هو منشئ الرسالة الذي عليه أن يسعى إلى النجاح في مهمته والمتمثلة بتوصيل الرسالة إلى المستقبل أو الجمهور¹.
- 2 **الرسالة (Message)** : وتعد الرسالة الركن الثاني في العملية الاتصالية و تتمثل بالمعاني والكلمات والمشاعر والمنبهات التي يرسلها المصدر إلى المستقبل، والرسالة هي النتاج المادي والفعلي للمصدر الذي يضع فكره في رموز معينة (code). فحينما نتحدث يكون الحديث هو الرسالة، وحينما نكتب فالكتابة هي الرسالة، وحينما نرسم فالرسم أو الصورة هي الرسالة، وحينما نلوح بأيدينا فإن حركات ذراعنا هي الرسالة... الخ².
- 3 **قناة الاتصال: Communication Channel** وهي الوسيلة التي يتم من خلالها توصيل أو نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتتعدد أنواع الوسائل أو القنوات بتعدد أنواع الاتصال وأشكاله. وشأن القناة في ذلك شأن وسائل الاتصالات، فكما أنه توجد عدة وسائل للتنقل بين بلد وآخر ولا يمكن الانتقال إلا باختيار إحداها فكذلك الحال في وسائل الاتصال، فهي كثيرة ومتنوعة وضرورية ولا بد للرسالة من أن تسلك إحداها و إلا توقفت عملية الاتصال. ويجب الإشارة إلى ظاهرة مهمة تتعلق بوسائل الاتصال وهي أن الوسيلة تؤثر تأثيرا كبيرا على الرسالة. بل إن الكثيرين يعتقدون أن الوسيلة تعمل على تشكيل الرسالة وهدفها، حتى انه لا يمكن الفصل بينهما فيشيرون إلى أن الوسيلة هي الرسالة³.
- 4 **المستقبل (Receiver)** هو الشخص أو الجهة التي توجه إليها الرسالة. ويجب على المستقبل أن يقوم بجل أو فك رموز الرسالة بغية التوصل إلى تفسير لمحتوياتها وفهم معناها، ويتعكس ذلك عادة في أنماط

¹ شعبان فرج، الاتصالات الإدارية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 7.

² منال طلعت محمود مدخل إلى علم الاتصال، بدون دار نشر، الإسكندرية، 2002، ص 12.

³ محمد منير حجاب وسحر محمد وهي، المدخل الأساسية للعلاقات العامة، الطبعة الثانية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 55.

السلوك المختلفة التي يقوم بها المستقبل، ولذلك يجب ألا يقاس نجاح عملية الاتصال بما يقدمه المرسل، ولكن بما يقوم به المستقبل من سلوكيات تدل على نجاح الاتصال وتحقيق الهدف.¹

5 **التغذية العكسية (Feed back):** عبارة عن ردود الفعل التي تنعكس على المستقبل في فهمه أو عدم فهمه للرسالة ومدى تفاعله معها وتأثره بها. حيث أن من المفروض أن يتخذ المستقبل موقفا معينا من الأفكار والخبرات والمعلومات التي يستلمها، وهذا الموقف يؤثر غالبا في تعديل الرسالة من المرسل أو تبديلها وإرسالها إلى المستقبل نفسه ا وإلى مستقبلين آخرين غيره.²

6 **التشويش (Noise) والمؤثرات الأخرى:** التشويش أو الإزعاج، مفهوم يشمل كل ما يؤثر في كفاءة وفعالية وصول الرسالة بشكل جيد إلى المستقبل وإدراكها. وقد تأتي هذه المؤثرات من المرسل، وقد تأتي من قناة أو وسيلة الاتصال، وقد تأتي من المستقبل وقد تأتي من المحيط أو البيئة الخارجية، وهذه العوامل والمؤثرات قد تأتي منفردة أو مجتمعة، تلعب دورا حاسما ومهما في التأثير سلبا على عملية الاتصال، ولذلك فإنه من الضروري استيعاب وإدراك أسبابها وآثارها، ومحاولة التغلب عليها.³

¹ ربحي مصطفى عليان، عدنان محمد الطوباسي، **الاتصال والعلاقات العامة**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 38.

² Philippe maval, jean marc, decoudin, **pentacom communication corpore interne, financiere marketing – be-to- c et b- to- b**, Pearson, toulouz, France, 2009, p 59.

³ شعبان فرج، مرجع سبق ذكره، ص 15.

المطلب الثاني: مفهوم وخصائص تكنولوجيا المعلومات و الاتصال " TIC "

يعتبر مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال من المفاهيم المهمة في الحياة الاقتصادية الحديثة و هذا راجع لتزايد استعمالها في مختلف أشكال النشاطات الاقتصادية ومساهمتها الكبيرة في تغيير الأساليب التقليدية في ممارسة النشاطات الاقتصادية.

الفرع الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال "TIC"

يكتسي موضوع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال Technologie de l'information et la communication أهمية بالغة في عصرنا الحالي نظرا للدور الذي تلعبه في استغلال المعرفة وتحقيق التنمية لهذا السبب تم التطرق في ما سبق إلى أهم النقاط التي نراها مهمة - حسب رأينا - كمقدمة وتمهيدا لهذا الموضوع، وفي هذا الجزء سوف نتناول مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال تجزئته إلى تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات ثم الجمع بينهما وفي الأخير نتطرق لأهم خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

أولا: مفهوم تكنولوجيا المعلومات "IT"

لقد تعددت مفاهيم تكنولوجيا المعلومات وفقا لأراء الكتاب والباحثين في إعطائهم مفهوما واحدا شاملا، ولعل مرد ذلك يرجع لاختلاف مرجعياتهم العلمية ومنطلقاتهم الفكرية فمنهم، من عرفها بأنها: "مجموعة المعرفة العلمية والتكنولوجية والهندسية والأساليب والفنون اللازمة لتحويل المدخلات إلى المخرجات".¹ وهناك من عرفها على أنها مجموعة الأدوات والأنظمة والتقنيات والمعرفة المطورة لحل مشاكل تتصل باستخدام المعلومات.²

ويقصد بها أيضا على أنها "أداة فاعلة لإنجاز وتطوير العمليات الإدارية في جميع المنظمات، وتتضمن مجموعة من الأجهزة والمعدات والبرمجيات والاتصالات والعنصر البشري و التي يترتب على اعتمادها جمع البيانات الخاصة لنشاطات المنظمة ومعالجتها و تخزين المعلومات وتجهيزها واسترجاعها وتحديثها بمرونة عالية وسرعة كبيرة".³

¹ العربي عطية، واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في كل من الجزائر ومصر والإمارات خلال الفترة 2000-2010. مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، العدد العاشر، 2012، ص 68.

² محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 16.

³ غسان عيسى العمري وسلوى أمين السامرائي، نظم المعلومات الإستراتيجية، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 132.

في حين يراها البعض الآخر بأنها " اندماج ثلاثي الأطراف بين الإلكترونيات الدقيقة والحواسيب ووسائط الاتصالات الحديثة التي تشمل جميع الأجهزة والنظم والبرمجيات المتعلقة بتداول المعلومات آليا.¹

وفي النهاية يمكن أن نلاحظ بأن التعاريف ركزت على جانبيين هما الفكري و المادي, فالجانب الفكري أو المعرفي يتمثل في علم المعلومات الذي يهتم بضبطها و إنتاجها وتخزينها واسترجاعها والاستفادة منها, والجانب المادي يتمثل في التطبيق العلمي في مجال معالجة المعلومات. وعليه لا بد من تكامل الجانبين للحصول على تقنيات المتطورة لاستخدامها من قبل المستفيدين منها في كافة مجالات الحياة.²

ثانيا: مفهوم تكنولوجيا الاتصال

تم تعريف تكنولوجيا الاتصال من قبل الباحثين والدارسين على أنها " القنوات الجديدة التي يمكن من خلالها نقل وبث الثورة المعلوماتية من مكان إلى آخر.³

تكنولوجيا الاتصالات هي التكنولوجيا التي تعمل على تسهيل الاتصال بين الأفراد أو الجماعات الذين يتواجدون في أماكن مختلفة، وتندرج تحتها مجموعة أنظمة مثل، الهاتف والتلكس والفاكس والراديو والتلفزيون والفيديو. بالإضافة إلى تقنيات الحاسب بما في ذلك تبادل البيانات الإلكترونية والبريد الإلكتروني.⁴

تتألف تكنولوجيا الاتصالات من تلك الوسائل المادية والبرامج الجاهزة التي تتولى عملية الربط بين الأجزاء المختلفة للجزء الفني للحاسب. وكذلك تحويل البيانات من موقع مادي إلى آخر، وتتولى أيضا مهمة توصيل أجهزة الحاسب معا في صورة شبكات ربط Network لتحقيق المشاركة في البيانات والاتصال عبر المواقع الجغرافية المختلفة للمستخدمين من نظم المعلومات من خلال البريد الإلكتروني والانترنت والمؤتمرات المرئية والمسموعة والهاتف المرئي.⁵

¹ ثابت عبد الرحمان إدريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، 2006، ص 96.

² خلود عاصم، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة المعلومات وانعكاساتها على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013، ص 232.

³ رجي مصطفى عليان وعدنان محمود الطوباس، مرجع سبق ذكره، ص 109.

⁴ شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000، ص 103.

⁵ محمد أحمد سليمان، التسويق وتكنولوجيا الاتصالات، الطبعة الأولى، دار زمزم للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 62.

وتشير تكنولوجيا الاتصال أيضا " إلى مجموعة الأدوات التي تساعدنا في استقبال المعلومة ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وطباعتها ونقلها في شكل الكتروني سواء كانت بشكل نص أو فيديو وذلك باستخدام الحاسوب.¹ وهناك من يعرفها على أنها الجانب التكنولوجي من نظام المعلومات الذي يشمل المكونات المادية، البرمجيات، قواعد البيانات، الشبكات.²

ثالثا: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال TIC

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال Technologie de l information et de la communication مرتبطة بتطور المجتمعات في عصرنا الحاضر وهي بمثابة القلب النابض لمختلف المؤسسات، كما أنها الأداة التي من شأنها تسريع التنمية وإعادة هيكلتها عبر تأمين منافذ أكثر تناسقا للمعلومات - من خلال البحث نجد أن تكنولوجيا المعلومات لا يمكن فصلها بشكل نهائي عن تكنولوجيا الاتصال فهما وجهان لعملة واحدة على أساس أن ثورة تكنولوجيا الاتصال قد صارت على التوازي مع ثورة المعلومات, وعليه يمكن تعريفها.

على أنها: " خليط من أجهزة الحواسيب الالكترونية ووسائل الاتصال المختلفة، مثل الألياف الضوئية والأقمار الصناعية، أي مختلف أنواع الاكتشافات والمستجدات والاختراعات والمنتجات التي تعاملت وتعامل مع شتى أنواع المعلومات من حيث جمعها وتحليلها وتنظيمها (توثيقها) وتخزينها واسترجاعها في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة والمتاحة."³

هي التكنولوجيا التي تربط شبكات الحواسيب معا بواسطة الانترنت التي تسمح بتبادل المعلومات بين جميع المستخدمين في كل أنحاء العالم بالوقت المناسب لاتخاذ قرارات رشيدة.⁴

¹ مزهر شعبان العاني وشوقي ناجي جواد، ذكاء الأعمال وتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 188.

²Sylvie faucheu, TIC, et développement durable, de Boeck, 1^{ère} édition, Bruxelles, 2010

³ بن بركة عبد الوهاب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، العدد السابع 2010، ص 246.

⁴ جمال داود سليمان، اقتصاد المعرفة، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 54.

وتشير تكنولوجيا المعلومات والاتصال " إلى مجموعة الطرق والتقنيات الحديثة المستخدمة بغرض تبسيط نشاط معين ورفع أداؤه. وهي تجمع مجموعة الأجهزة الضرورية لمعالجة المعلومات وتداولها من حواسيب وبرامج ومعدات حفظ واسترجاع ونقل الكتروني سلكي ولاسلكي عبر وسائل الاتصال بكل أشكالها وعلى اختلاف أنواعها.¹

من هذا المنطلق يمكن أن نعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال وصفها " بأنها مجمل الأدوات المادية والمعرفية المستخدمة في الجمع بين الكلمة المكتوبة و المنطوقة والصورة الساكنة والمتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية، أرضية كانت أو فضائية ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المرغوب وفي الوقت المناسب وبالسرعة اللازمة.²

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن أن نعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها التكنولوجيا التي تدمج الحاسوب بالاتصالات السريعة العالية التي تربط البيانات التي تم تحميلها والصوت والفيديو بين المستخدمين للإفادة منها في اتخاذ القرارات.

الفرع الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال TIC

تميزت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعدد من السمات والخصائص عن غيرها من التكنولوجيات، من أبرزها:³

- 1- **التفاعلية** : وهي إمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي هناك أدوار مشتركة بينهما في العملية الاتصالية مما يسمح بخلق نوع من التفاعل (Interactive communication).
- 2- **اللاتزامنية** : تعني إمكانية تراسل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية من دون شرط تواجدها في وقت إرسالها، بمعنى استقبالها في الجهاز وتفحصها واستعمالها في وقت الحاجة.
- 3- **اللامركزية** : وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فالانترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم.

¹ يحي إبراهيم، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، العدد السابع 2010، ص 275.

² بن حديد نوفل، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية مؤسسات الصناعة الغذائية، الملتقى الدولي التاسع حول في ضوء المتغيرات والتحديات الاقتصادية الدولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسنية بن بوعلي بالشلف، 2014، ص9.

³ يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 61.

- 4- **الشيوع والانتشار** : قابلية التوسع أكثر فأكثر لوسائل الاتصال حول العالم وفي الطبقات المختلفة للمجتمع .
- 5- **العالمية والكونية** : إمكانية نقل المعلومات من المستخدمين من مختلف دول العالم ودون عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية.
- 6- **قابلية التوصيل** : إمكانية استعمال أجهزة مصنعة من طرف الشركات مختلفة والتوصيل فيما بينها بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع.
- 7- **الذكاء الاصطناعي** : أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات والاتصال هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.
- 8- **اللاجماهيرية** : إمكانية التحكم في إيصال الرسالة سواء من شخص لشخص آخر أو من جهة واحدة إلى مجموعات، أو من الكل إلى الكل .
- 9- **اقتسام المهام الفكرية مع الآلة** : نتيجة التفاعل بين الباحث والنظام
- 10- **تقليص الوقت** : السماح بالنقل اللحظي للمعلومات والمعطيات، كما تتيح قواعد البيانات الضخمة الوصول إلى معلومات المخزنة بيسر وسهولة وفي أقل وقت.
- 11- **النمنمة** : بمعنى آخر هي أسرع وأرخص... الخ وتلك هي وتيرة تطور منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- 12- **قابلية التحويل** : إمكانية نقل المعلومات من وعاء (وسيط) لآخر باستعمال تقنيات تسمح بالتحويل بين الأوعية مثل تحويل رسالة مسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.

المطلب الثالث: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال "TIC"

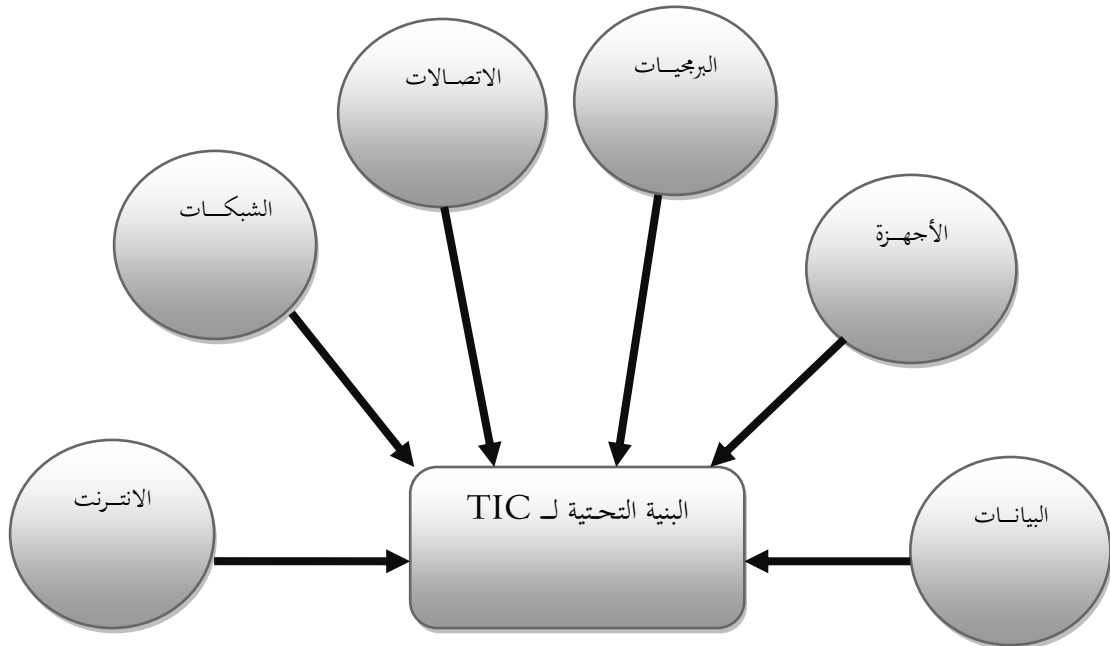
تشتمل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على ما يأتي:¹

- 1- **البيانات DATA** : وهي الأساس الأول لبناء المفهوم والذي من دونها لا يمكن إطلاقاً لباقي الأسس والبنى أن تعمل أو بالأحرى أن تقوم لها قائمة أصلاً.
 - 2- **الأجهزة Hardware** : وهي الأدوات التي تحفظ وتخزن وتعالج الأساس الأول (البيانات). والتي هي مجموعة من الحواسيب بمختلف أنواعها وأحجامها وسرعتها وإمكانية استيعابها من البيانات. والحاسوب هو جهاز إلكتروني يأخذ البيانات كمدخلات حيث يتم تخزينها ومعالجتها حسب الأوامر الصادرة لتنفيذ مهام معينة ثم يتم عرضها كمخرجات والحاسوب يتقبل البيانات والمعلومات بكل أشكالها رموز، كلمات، صور وغيرها. حيث تحول إلى سلسلة من الأشكال الثنائية، بت (Bit) ويمثل بالرقم صفر أو واحد والحاسوب الرقمي يتعامل مباشرة مع الأرقام الثنائية، وكل ثمانية أرقام تسمى (Byte) وتستخدم لحزن الأرقام والرموز والكلمات والصور وغيرها.
 - 3- **البرمجيات Software** : وهي البنى التي بواسطتها يمكن السيطرة على الأساس الأول إضافة إلى التحكم وتطبيق العمليات الحسابية والمنطقية والحصول على نتائج وحل المشكلات حسب الحاجة والطلب. ويوجد نوعان رئيسيان من البرامج وهما برامج النظام (System Software) وبرامج التطبيقات (Application Software) ويؤدي كل منهما وظيفة مختلفة عن الآخر. ويقصد ببرامج النظام مجموعة البرامج العامة والتي تقوم بإدارة موارد الحاسوب مثل المشغل المركزي للاتصالات والأجهزة الأخرى المحيطة به. وتشمل هذه البرامج على العديد من الأنواع المختلفة مثل برامج نظم التشغيل، برامج الاتصالات والتي من أشهرها MS-DOS وحالياً Windows .
- أما برامج التطبيقات فهي عبارة عن مجموعة من تعليمات الحاسوب ومكتوبة بلغة البرمجة وهي توجه الأجهزة المادية للحاسوب نحو أداء أنشطة تشغيل البيانات أو المعلومات ومن أمثلة تلك البرامج، برامج الكتابة على الحاسوب، برامج قواعد البيانات.

¹ مزهر شعبان العاني، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 76.

- 4- الاتصالات **Communication**: وهي من نتائج تطور البنية التحتية السابقة الذكر والتي ساعدت على نشر وتوزيع البيانات ونتائجها وهي أشبه بوسائط النقل التي ساعدت على ربط العالم وتقليص المسافات والإسراع في التوزيع التجاري للمنتجات وبالذات التي تعرف بالاتصالات عن بعد والتي قصرت المسافات وجعلت العالم كله كقرية واحدة.
- 5- الشبكات **Networks** : وهي حصيلة تطور الاتصالات عن بعد وتأخذ مفهوم العالم كقرية واحدة والي سرعت في نقل البيانات والمعلومات المنتجة أصلا كبنية تحتية أولية.
- 6- الانترنت **Internet**: وتعتبر أحدث مستخدمات البنية التحتية لمفهوم تكنولوجيا المعلومات إضافة إلى الانترنت الاكسترنات، كما تلعب دور هاماً وحاسماً حيث تقدم خدمات بصفتها وسيلة اتصال رئيسية مع الزبائن والعاملين، والوسطاء والموزعين.

الشكل (3.1) البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مما سبق

المبحث الثاني: تكنولوجيا الشبكات والمعلومات والاتصال

سنتطرق في هذا المبحث إلى الشبكات من خلال مفهومها وأنواعها وكذلك أنماطها في المطلب الأول، أما في المطلب الثاني فسيكون الحديث على تكنولوجيا الشبكات، وفي الأخير سنتناول امن المعلومات لما لها من أهمية في هذه الدراسة.

المطلب الأول: ماهية الشبكات

قبل الحديث عن أنواع شبكات الاتصالات وأنماطها البنيوية، لا بد لنا أن نفهم أولاً المصطلح الأساسي لشبكات الاتصال.

الفرع الأول: مفهوم الشبكات وأنواعها

أولاً: مفهوم الشبكات

عبارة عن نظام اتصالات البيانات الممكن الرقابة عليه، والذي يربط معا أجهزة Hardware، والملحقات pointerole بالإضافة إلى موارد البرمجيات Software بغرض المشاركة في المعلومات ونقلها بكفاءة وفعالية وبطريقة اقتصادية بواسطة استخدام الوسائل الالكترونية.¹

ويرى Kemey "أن الشبكة تفاعل بين أكثر من وحدة أو مصدر أما Carter يرى أن لا بد للشبكة من مركزان أو أكثر للمعلومات، وبين هذه المراكز علاقات متداخلة عن طريق وسائل الاتصالات المختلفة، ولكل مركز مستفيدين يقدم لهم الخدمة عند طلبهم في الوقت المناسب، والسرعة والكمية المناسبة.² ومن هذا المنطلق يمكن أن تعرف الشبكة على أنها عبارة عن مركزين أو أكثر يشتركان في عملية التبادل للمعلومات من خلال روابط اتصالات وذلك بغرض خدمة أهداف مشتركة.

¹ مرتضى محمد عبد اللطيف، دور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2014، ص 16.

² عصام نور الدين، المعرفة والتكنولوجيا الحديثة، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 168.

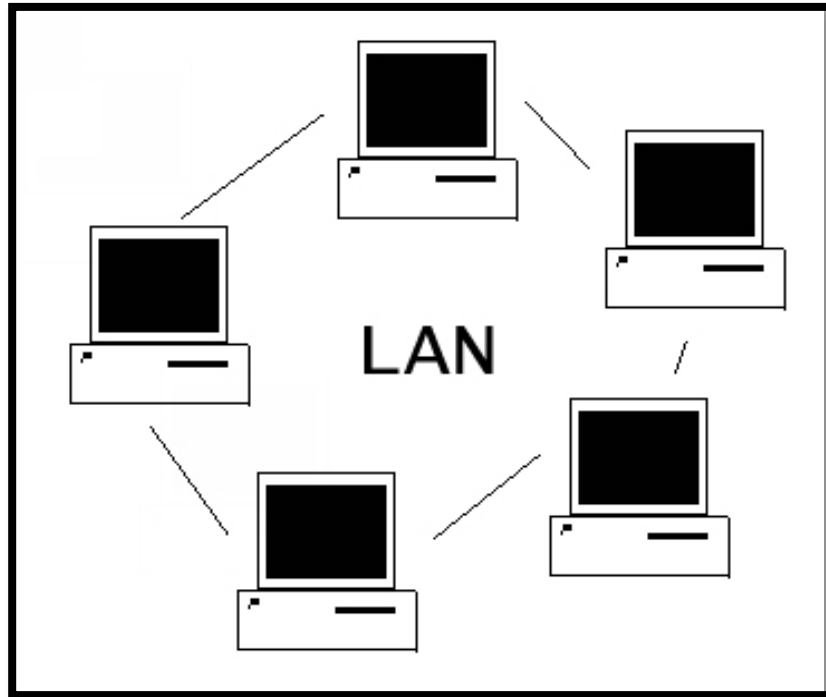
ثانيا:أنواع الشبكات

أصبح التصنيف في عصرنا هذا علما واسعا وتصنيف الشبكات هو بعينه علم مستقل، إذ يوجد العديد من المعايير التي يمكن تصنيف الشبكات بناءا عليها، وقد يجتمع أكثر من معيار في صنف واحد، ولهذا فإننا سنتناول تقسيم الشبكات بناء على التوزيع الجغرافي.

1- الشبكة المحلية (LAN) Local Area Network

هي شبكة اتصال تتكون من مجموعة حواسيب شخصية (PCS) مربوطة معا بواسطة خطوط اتصال. وتتطلب ملكية خاصة لقنوات مخصصة (Dedicated Channel) وتستطيع الانجاز ضمن مسافة محدودة، حيث يخدم بالعادة مبنى واحد أو عدة مباني متجاورة ضمن مساحة (1000) متر مربع. ويتحكم بها ويشغلها مجموعات المستخدمين النهائيين.¹

الشكل (4.1) الشبكة المحلية Local Area Network



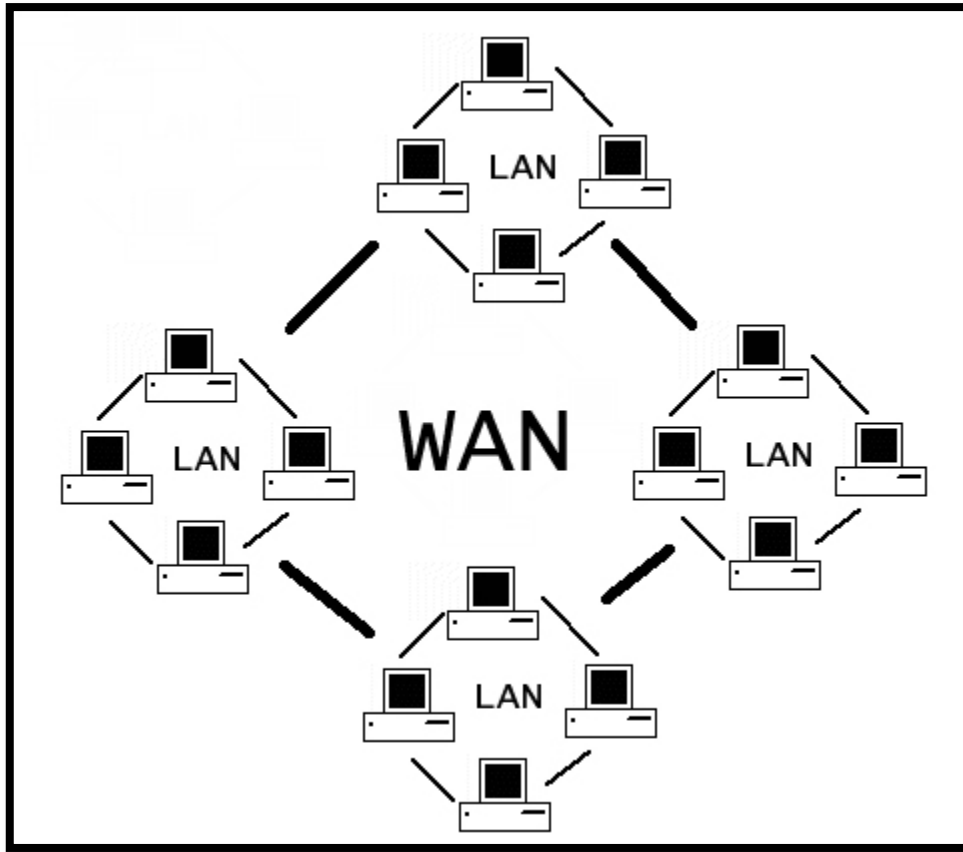
Source: Loudon Kenneth, Jane Loudon, management des systems information, Pearson, france,2011, p28.

¹ فايز جمعة النجار، مرجع سبق ذكره، ص237 .

الشبكة الواسعة (WAN) Wide Area Network

هي شبكة الحواسيب التي تغطي رقعة جغرافية واسعة وتستخدم حواسيب الاتصالات للربط بين شبكات حاسوبية أصغر. تنتشر على مسافات متباعدة وتابعة لجهة واحدة، بحيث يمكن أن تتشارك الأجهزة الفرعية في الموارد المشتركة. وغالبا ما تكون الشبكة الواسعة مؤلفة من مجموعة من الشبكات المحلية الموضوعة في مواقع جغرافية متباعدة، يتم ربطها من خلال شبكة الاتصالات العامة. وسرعتها اقل من سرعة الشبكة المحلية ولكنها أعلى في الاعتمادية والوصولية ومن الأمثلة على الشبكة الواسعة شبكة Frame Relay وشبكة X.25.¹

الشكل (5.1) الشبكة الواسعة Wide Area Network



Source: Loudon Kenneth, Jane Loudon, op- cit, p18.

¹ محمد عبد حسين آل فرج الطائي، المدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص119.

2- شبكة المناطق الإقليمية (Metropolitan Area Network(MAN)

شبكة اتصال تنتشر في مدينة أو عاصمة أو إقليم إذ تكون مقيدة بمنطقة جغرافية أقل، والمجال الجغرافي الذي تغطيه بالعادة يكون بين شبكة المناطق المحلية و شبكة المناطق العالمية وفي حدود ثلاثين ميل. ومن الأمثلة عليها التغطية التلفزيونية لمنطقة محددة عن طريق الكيبل. ويمكن أن تأخذ شبكة المتربوليت عدة أشكال:¹

أ- تصميم محلي كنظم ad hoc والتي لا تحتاج إلى وجود محطة أساسية.

ب- تصميم برامج الدخول على التلفزيون عن طريق الكيبل، وغالبا ما تكون هذه البرامج متخصصة في حقول معينة مثل قنوات الرياضة، الأخبار.

الفرع الثاني: الأنماط الهندسية لبنية الشبكات

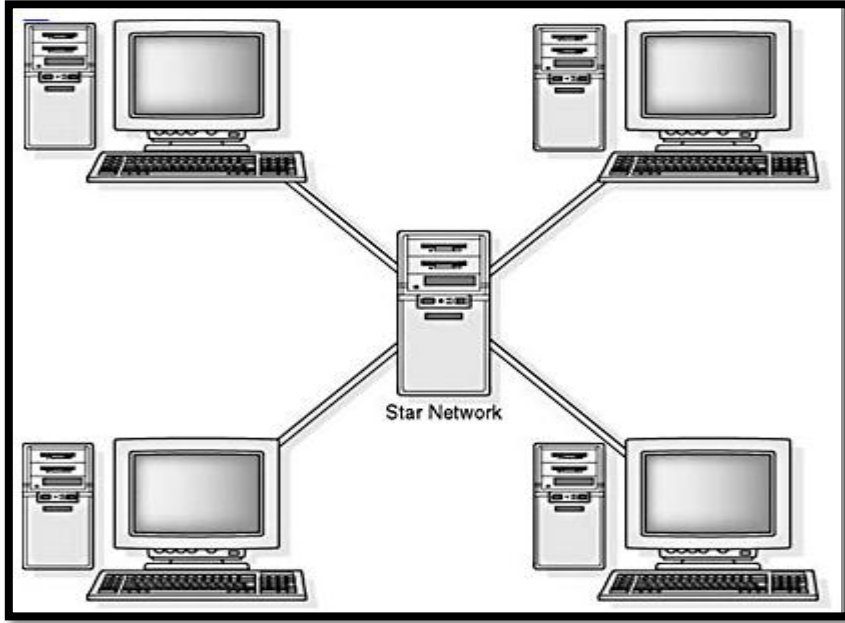
هناك عدة أشكال معروفة في مجال شبكات الاتصالات أهمها وأشهرها الشبكة النجمية والشبكة الحلقية والشبكة الخطية وسوف نشير لكل منهم فيما يلي:²

1- الشبكة النجمية : وتتكون من حاسب مركزي يسمى الحاسب المضيف متصل بمجموعة من الحاسبات الآلية والوحدات الطرفية التي تكون معه شكل نجمة، بحيث تمر جميع اتصالات الشبكة من خلال الحاسب المركزي فهو يستقبل أي اتصالات واردة، ويعيد إرسالها إلى أعضاء الشبكة لأن جميع الاتصالات تمر من خلاله، لكن يعيب هذا النمط أن تعطل الحاسب المركزي يتسبب في انهيار الشبكة بالكامل.

¹ فايز جمعة النجار، مرجع سبق ذكره ص 264 .

² فؤاد خليل الشراي، مرجع سبق ذكره، ص 39.

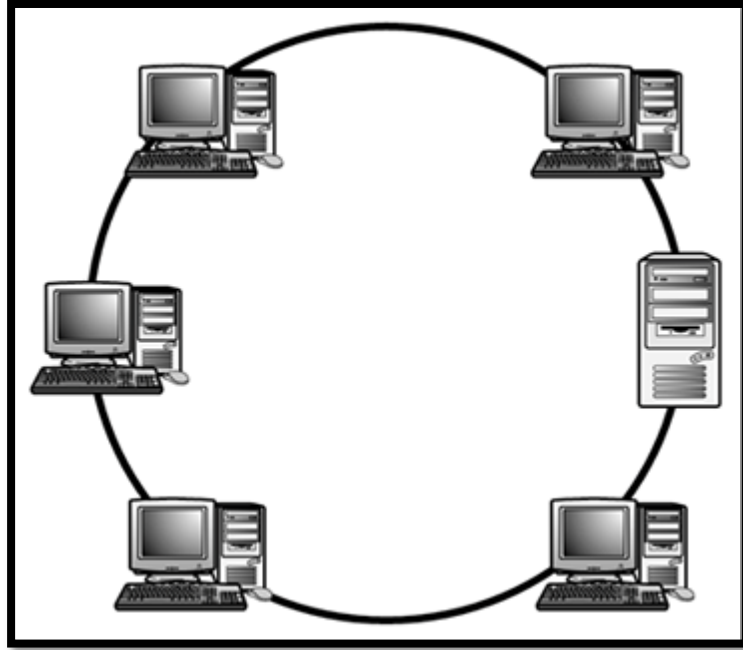
الشكل (6.1) الشبكة النجمية Star Network



المصدر: شريف درويش اللبان, مرجع سبق ذكره, ص 220.

2- الشبكة الحلقية : وهي عبارة عن مجموعة من الحاسبات الآلية المتصلة ببعضها على شكل حلقة دائرية مغلقة، تسمح بانتقال البيانات في اتجاه واحد من الحاسب الآلي الذي يليه، ويعني ذلك أن هذه شبكة لا تعتمد على حاسب مركزي كما هو الحال في شبكة النجمة. تمتاز الشبكة الحلقية بقلّة التكلفة لوجود خط رئيس واحد على شكل حلقة، وهي غير محدودة بمساحة جغرافية. ويمكن إضافة أجهزة أخرى على الشبكة بسهولة وبدون تخطيط مسبق، أما عن عيوبها فإن تعطلت خطوط الاتصال يؤدي إلى تعطيل الشبكة إلا في حالة وجود خط اتصال بديل عن الخط المتعطل.

الشكل (7.1) الشبكة الحلقية Ring Network



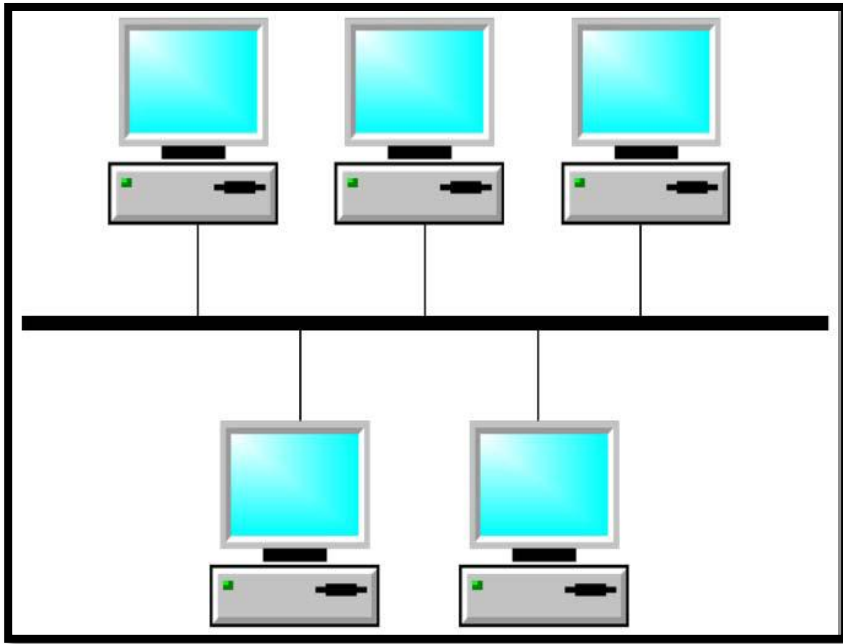
المصدر: فايز جمعة النجار, مرجع سبق ذكره, ص 237

الشبكة الخطية :

تسمى هذه الشبكة بالشبكة الخطية أو الشبكة الباص أو الناقل، بموجب هذا النوع من الشبكات يتم ربط و تشغيل عدة حواسيب على ناقل واحد يمر بين جميع الحواسيب العائدة للعمارة أو المجمع، تمنح شبكة الناقل المنظمة إمكانية استخدام حواسيبها بسهولة وسرعة وتكاليف قليلة وذلك لأنها تحتاج إلى استخدام أسلاك أقل من الشبكات لأخرى¹.

¹ سليم الحسنية, مرجع سبق ذكره ص157 .

الشكل (8.1) الشبكة الخطية Bus Network



المصدر:فؤاد خليل الشرايبي, مرجع سبق ذكره, ص132

المطلب الثاني: تكنولوجيا الشبكات

كثرت المصطلحات التي تشير إلى معانٍ متقاربة، فمصطلح الإنترنت (INTERNET) والانترانت (INTRANET) الأكسترنانت (EXTRANET) كلها مصطلحات متشابهة وتعبر عن تكنولوجيا الشبكات، حيث تفصل بينها حدود دقيقة وديناميكية، ولهذا سوف نتطرق في هذا المطلب لهاته الشبكات الثلاث مع التركيز على شبكة الإنترنت أين بات استخدامها اليوم شيئا مهما بالنسبة للمؤسسات.

الفرع الأول : الإنترنت كمظهر من مظاهر مجتمعي المعلومات والمعرفة

الانترنت - شبكة الشبكات - هي أبرز ثمرة نتجت عن تلاحم ثلاث ثورات كونية هي ثورة المعلومات، ثورة الاتصالات، وثورة الحواسيب - كما أنها - أي الانترنت تمثل أبرز النماذج العالمية في الاستفادة من خدمات الشبكة الرقمية المتكاملة.

أولاً: مفهوم ونشأة الانترنت :

نظراً للأهمية البالغة التي أصبحت تكتسيها شبكة الشبكات فإننا ارتأينا أن نقوم بتعريف هذه الشبكة ثم نقوم بتقديم لمحة عن نشأتها وتطورها عبر الزمن إلى أن أصبحت أهم ميزة من مميزات مجتمعي المعلومات والمعرفة.

1- تعريف الإنترنت.

الانترنت هي " اصطلاح اشتق من عبارتين هما (Inter+Net) أي الشبكات المترابطة (interconnected Networks)، ويشير إلى شبكة حاسوبية عملاقة تعمل على ربط الأنشطة الحاسوبية لمختلف قطاعات النشاط البشري كالمؤسسات الدولية، الوطنية والأفراد في حلقات متكاملة من شبكات الحواسيب المتكاملة.¹

وتعرف الانترنت كذلك بأنها " عبارة عن شبكة دولية واسعة النطاق غير خاضعة لأي تحكم مركزي، تضم بداخلها مجموعة شبكات حاسبات آلية خاصة وعمامة منتشرة في جميع أنحاء العالم.²

إنها باختصار الشبكة العالمية التي تربط الحواسيب المختلفة في الأماكن المختلفة بلغة مشتركة، يطلق عليها بروتوكول (IP) والتي تستخدم لنقل البيانات.³

2- نشأة و تطور الانترنت:

تأسست شبكة الانترنت في الأصل في الولايات المتحدة الأمريكية في أواخر الستينات (1969)، كمشروع تشرف عليه وكالة مشاريع البحوث المتقدمة (ARBA) التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية، وقد كان يطلق على هذه الشبكة في بداية أمرها (ARBANET)، وكانت تربط فقط مجموعة قليلة من الحواسيب في عدد قليل من المناطق في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي منتصف الثمانينات أنشأت المؤسسة الوطنية للعلوم للولايات المتحدة الأمريكية (USNSEF) شبكة سميت ب(NSF). اعتمدت التكنولوجيا المستعملة في (ARBANET) واتسعت لتربط الشبكات الصغرى في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية. ويتمويل من المؤسسة الوطنية للعلوم في مؤسسات البحث.

¹ محمد طاهر نصير، التسويق الإلكتروني، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 38.

² عصام نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 163.

³ محمد طاهر نصير، المرجع السابق ص 42.

ومن الجدير بالذكر، أن شبكة الانترنت كانت في بداية عهدها حكرًا على المؤسسات الكبيرة، إلا أن الوضع قد تغير في الوقت الحاضر، وأصبحت المؤسسات الصغيرة والمصالح التجارية والأفراد على اختلافهم مرتبطين بها وأصبحت الشركات التجارية فعلاً تمثل القطاع الأوسع، والأسرع تطوراً في شبكة الانترنت.¹

ثانياً: خصائص الانترنت : تتميز الانترنت بخصائص فريدة تميزها عن باقي شبكات الحاسوب الأخرى، ويمكن أن نذكر أبرز هذه الخصائص فيما يلي:²

❖ الانترنت شبكة الشبكات : فالانترنت هي شبكة واسعة النطاق تضم بداخلها مجموعة من شبكات الحواسيب سواء العامة أو الخاصة.

❖ الانترنت مستخدموها مجهولون : نظراً لأن شبكة الانترنت شبكة دولية يتعامل معها مستخدمون من مختلف دول العالم، وبالتالي فهم مجهولون لبعضهم البعض.

❖ الانترنت ذات قدرات غير محدودة : ويعني ذلك أن أداء شبكة الانترنت لا ينخفض بزيادة عدد مستخدميها، فهذا العدد لا يمكن التحكم به.

إن كون الإنترنت شبكة مفتوحة وغير مملوكة لأي جهة رسمية قد يطرح التساؤل عن كيفية إدارتها والهيئات التي تقوم بتنظيم العمل والاتصالات بها، وفي الحقيقة هناك جهود مشتركة لعدد من المنظمات والمؤسسات التي تسهم في وضع سياسات الإنترنت والسهر على تطبيقها لتطوير هذه الشبكة والعمل على صيانتها.

ومن بين هذه الهيئات نذكر ما يلي:³

✓ **هيئة IETF:** هي هيئة عالمية كبيرة تفتح باب الاشتراك بها لجميع مصممي الشبكات، والدور الرئيسي لهذه الشبكة هو تطوير الانترنت وتقديم الحلول للمشاكل التقنية التي قد تواجهها.

✓ **هيئة IESG:** هي هيئة تقوم بإدارة عدة نشاطات مرتبطة بالشبكة، من بينها مراجعة المعايير التي تصنفها

.IETF

¹ بشير عباس العلق، مرجع سبق ذكره ص 87.

² شريف احمد شريف العاصي، الترويج والعلاقات العامة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006، ص 143.

³ سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق، التجارة الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 100.

✓ هيئة IAB: هي هيئة للاستشارات التكنولوجية حيث تقوم بتقديم خدمات استشارية وتوجيهاتها لمجموعة (IEFT) كما تحدد الهيكل العام للإنترنت وعمودها الفقري.

✓ هيئة ISOC: هي جمعية متخصصة تضم في عضويتها مجموعة من الكيانات مشكلة من أفراد، إدارات حكومية، مؤسسات، ومنظمات غير ربحية تقوم برصد السياسات والممارسات المتعلقة بالإنترنت وتسعى إلى تعزيز ورفع مستوى استخدام وتطوير وصيانة الإنترنت.

✓ هيئة ICANN: وتعرف بمؤسسة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة، وهي مؤسسة غير ربحية تتولى إدارة عناوين IP وأسماء المجالات.

ثالثا: الخدمات التي تقدمها الانترنت : تعدد خدمات الانترنت وتتشعب كثيرا بحيث يصعب حصرها في عدد محدود من الخدمات ومن أهمها ما يأتي:

❖ البريد الإلكتروني (Electronic Mail): يمثل البريد الإلكتروني أحدث المميزات الرئيسية للإنترنت، وأكثر خدماتها انتشارا في جميع الشبكات المرتبطة بها ويعني البريد الإلكتروني (E-MAIL) ببساطة إرسال الرسائل من حاسوب إلى آخر عبر الشبكة وإلى أي مستخدم في أي مكان.¹

❖ الإخباريات (News): تعد شبكة الإخباريات أحد أكثر استخدامات الإنترنت شعبية، وتستخدم هذه الشبكة بروتوكول نقل إخباريات الشبكة (NNTP) الذي ينظم طريقة توزيع المقالات الإخبارية واسترجاعها واستلامها والاستعلام عليها. لذلك فالإنترنت تعتبر أهم مصادر المعلومات. وتحتوي الإنترنت على ما يزيد على 1300 من المجموعات الإخبارية والتي هي نواد للنقاش وتبادل الآراء والمعلومات، ويمكن لأي مستخدم للشبكة أن الانتساب إلى ما يشاء من المجموعات الإخبارية.²

❖ غوفر (GHOFER): هو برنامج لتسهيل عملية التخاطب والبحث عن المعلومات، طرحته جامعة "مينسوتا" عام 1991 يستخدم على نطاق واسع في الإنترنت إذ يستطيع المستفيد من خلالها القيام باستعراض المعلومات، دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفا أين توجد هذه المعلومات. توفر غوفر طريقة فعالة للإرشاد إلى

¹ سعد غالب ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 135.

² أمين علوطي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008/2007، ص 35.

المعلومات المتوفرة على الإنترنت بواسطة قوائم وفهارس ويتطلب استخدام غوفر برامج ملائمة في كل من طرفي الحاسوب: المستفيد والمزود.¹

❖ **بروتوكول نقل الملفات (FTP):** تعد خدمة نقل الملفات من الخدمات المهمة في شبكة الانترنت، إذ أن هناك الملايين من ملفات الحاسوب المتاحة للاستخدام العام من خلال الشبكة كالصور والأصوات والكتب وغيرها، والتي يمكن للمستخدم الشبكة نقلها بالرجوع إلى حاسوب مزود الخدمة (Service provider) الذي يرتبط به، وذلك باستخدام بروتوكول نقل الملفات (FTP) بصيغة (Xmodem) أو (Zmodem) ويفضل عادة استخدام بروتوكول (Zmodem) لأنه أسرع وأبسط بكثير من بروتوكول (Xmodem).²

❖ **خدمة التلنيت (Telnet):** ويقصد بها خدمة الربط عن بعد، و التلنيت عبارة عن برنامج خاص يتيح للمستخدم أن يصل إلى جميع الحواسيب في جميع أنحاء العالم وأن يرتبط بها. إن خدمة التلنيت تجعل من حاسوب المستخدم زبونا لتلنيت، وذلك لكي يتمكن من الوصول إلى البيانات والبرمجيات الموجودة في إحدى خادامات التلنيت الموجودة في أي مكان في العالم، هذه الخدمة أصبحت لا تستعمل حاليا و عوضت بخدمة www.3

❖ **خدمة الوب (world wide web) www:** هي إحدى خدمات الانترنت والتي تعتمد على عرض المعلومات في شكل نصوص فائقة HyperText. وتعد النصوص الفائقة أحد أساليب عرض المستندات على أجهزة الكمبيوتر، والذي يتضمن إشارات مرجعية أو روابط links إلى أجزاء أخرى من هذا المستند وإلى مستندات أخرى، وتمتلك الوب القدرة على استخدام الوسائط المتعددة MultiMedia، هي التي تنظم تكنولوجيايات مختلفة العرض مثل الرسوم المتحركة والصور والصوت والفيديو بالإضافة إلى النصوص وهي الميزة التي جعلت الوب وسيلة إعلانية لها القدرة على جذب وإقناع العميل وكذلك التمتع بميزة الانتشار في جميع أنحاء العالم وبذلك يمكن الاعتماد على الوب كأداة للإعلان الدولي.⁴

¹ محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 129.

² محمد عبده حافظ، التسويق عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 96.

³ محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 63.

⁴ محمد سمير، المرجع السابق، ص 133.

❖ **نظام المحادثة Chat:** يتيح هذا النظام التحدث كتابة أو بالصوت والصورة معا إلى شخص آخر أيا كان موقعه في العالم، وبذلك يتيح هذا النظام قدرا عاليا من التفاعلية مع المستهلكين بغض النظر عن الموقع الجغرافي.

الفرع الثاني: الانترنت و الاكسترنات ونظام تخطيط موارد المؤسسة "ERP"

أولا: الانترنت: (INTRANET)

هي بنية تحتية تكنولوجية تستخدم بروتوكولات من الأمن والحماية والسرية تسمى الجدران النارية (Firewalls)، بحيث لا يسمح بالوصول إليها إلا للمستخدمين المخولين فقط،¹ وبالتالي تعمل على حمايتها من عبث أي شخص من خارج المؤسسة، والانترانت في الواقع هو نسخة مصغرة من شبكة الانترنت تعمل داخل المؤسسة يستطيع العاملون في هذه المؤسسة وحدهم الوصول إلى المعلومات الموجودة فيها، كما أن الانترنت تمنح للمؤسسة أن تكون على اتصال بشبكة الانترنت دون أن تتأثر بالمشاكل التي يسببها المستخدمون من الخارج بسبب الوصول إلى المعلومات الخاصة داخل شبكة المؤسسة. ولشبكة الاتصال الداخلية الانترنت مزايا أساسية أهمها:²

1- الحصول على المعلومات في الوقت الحقيقي أو فور حدوث الحدث التعلق بها؛

2- رفع كفاءة عمليات الاتصال واتخاذ القرارات؛

3- المساهمة في زيادة تلقائية العمليات الأمر الذي يسهم في تسريع عمليات التشغيل؛

وباختصار يمكن القول أن وجود هذه الشبكة داخل المؤسسة سوف يؤدي إلى تخفيض التكاليف ويساهم في تنسيق وإدارة عمليات المنشأة زيادة قدرتها التنافسية.

ثانيا: الأسترنات (EXTRANET)

تعد الاكسترنات نتاج التزاوج كل من الانترنت والانترانت.³ أو هي بعبارة أخرى الشبكة التي تربط شبكات الانترنت الخاصة بالمتعاملين والشركاء والمزودين ومراكز الأبحاث الذين تجمعهم شراكة العمل في مشروع

¹ سلوى محمد الشرفا، دور إدارة المعرفة والتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2008، ص77.

² أكرم محسن الياسري، إناس ناصر عكله الموسوي، مرجع سبق ذكره، ص 56.

³ سليم الحسنية مرجع سبق ذكره ص 158.

واحد أو تجمعهم مركزية التخطيط. وتؤمن لهم تبادل المعلومات والتشارك فيها دون المساس بخصوصية الانترنت المحلية لكل شركة. وتتم حماية الاكستراتنات بواسطة كلمة وذلك لمنع وصول كافة المستخدمين إليها ومن أهم المزايا الأساسية لاستخدام الاكستراتنات مايلي: ¹

1. أداة قادرة على زيادة فعالية العمليات التشغيلية والصفقات ؛
2. عامل مهم في تخفيض التكاليف من خلال تدفق المعلومات وسرعة نقلها والمقدرة على توفير المرونة والعمق في عملية التزويد؛
3. تتميز هذه الشبكة بأنها توفر الأمن المطلوب داخل الشبكة لتبادل المعلومات الخاصة بين الشركات مع بعضها، ووضع بعض الصلاحيات في تبادل هذه المعلومات بينهم.

الجدول رقم (1.1) الفرق بين الأنترنت والأنترنت الأكستراتنات

المواصفات	الانترنت	الانترنت	الاكستراتنات
طبيعية الوصول	عام	خاص	شبه عام
المستخدمين	أي شخص يمكنه الوصول إليها	وصول الأشخاص المسموح لهم فقط	ذوي العلاقات من خارج مؤسسة الأعمال - منشآت أخرى
المعلومات	مجزئة	مملوكة	مشتركة بين مجموعة مؤسسات أو مع ذوي العلاقات

المصدر: عصام محمد البحصي، تكنولوجيا المعلومات الحديثة وأثرها على القرارات الإدارية في منظمات الأعمال، مجلة الجامعة الإسلامية، فلسطين العدد الأول، 2006، ص 155.

ثالثاً: تخطيط موارد المؤسسة " ERP "

يعد نظام (Enterprise Resource Planning) من بين أحدث الأنظمة المعلوماتية للمؤسسة الاقتصادية والذي يعمل وفق نظام الشبكات حتى عن بعد بحيث يسهل عملية إدخال وإخراج المعطيات والمعلومات في الوقت الحالي وكما يشمل ويعالج كل من:

- التسيير المالي والحاسبي؛
- تسيير المشتريات والمخزون؛

¹ غسان قاسم داود اللامي، مرجع سبق ذكره ص173.

² Jean louis, yossi gal, **ERP et conduite des changements**, dunod, 6^{ème} édition, paris, 2011, p 14.

- غدارة المبيعات؛
- مراقبة التسيير؛
- تسيير الإنتاج؛
- تسيير الخزينة؛
- الأجور؛

المطلب الثالث: ماهية أمن نظم المعلومات

نظرا للتدفق الهائل في حجم البيانات والأهمية المعلوماتية أصبحت مشكلة حمايتها والحفاظ عليها موضع اهتمام العاملين والباحثين في هذا الميدان، والغاية من أمنية المعلومات هي كيفية منع الغطس أو الفشل، وكشف الخداع في الأنظمة المعتمدة على المعلومات.

الفرع الأول: الأمن المعلوماتي المفهوم والعناصر

أولا : مفهوم الأمن المعلوماتي

ويقصد به كل السياسات والإجراءات والأدوات التقنية التي تستخدم لحماية المعلومات من أشكال الاستخدام غير الشرعي للموارد مثل السرقة، التغيير، التعديل... الخ. وتهديدات أخرى مثل الأخطاء الإنسانية والحوادث الطبيعية والكوارث وتطبيق خطة جيدة لأمن وسرية المعلومات لا بد من بناء سلسلة قيمة تضمن الأمن، الرقبة والكشف السريع عن المشاكل التشغيلية وغيرها التي تواجه عمل النظام.¹

وهناك من عرفها تعريفاً أوسع وأشمل حيث يرى بأن أمن المعلومات يشمل جميع الإجراءات والتدابير المستخدمة في المجالين الإداري والفني لحماية جميع مصادر المعلومات والتجاوزات والتدخلات غير المشروعة التي تقع عن طريق الصدفة أو عمدا.²

ثانيا: العناصر الأساسية لأمن المعلومات

إن أغراض وأبحاث واستراتيجيات ووسائل أمن نظم المعلومات – سواء من الناحية التقنية أم الأدائية – وكذا هدف التدابير التشريعية في هذا الحقل، ضمان توفر العناصر التالية لأي معلومة يراد الحماية الكافية لها:³

¹ بشير كاجوجة، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر 2013، ص 47.

² أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 56.

³ عبد المقصود دبيان، ناصر نور الدين عبد اللطيف، نظم المعلومات المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2004، ص 545.

1 السرية (Confidentiality) : يعني التأكد لا تكشف ولا يطلع عليها من قبل أشخاص غير مخولين بذلك.

2 سلامة البيانات (DATA Integrity) : التأكد من أن محتوى المعلومات صحيح ولم يتم تعديله أو العبث به، وبشكل خاص لن يتم تدمير المحتوى أو تغييره أو العبث به في أي مرحلة من مراحل المعالجة أو التبادل، سواء في مرحلة التعامل الداخلي مع المعلومات أم عن طريق تدخل غير مشروع.

3 المتاحية (Availability) أو الاستمرارية: تعني توافر المعلومات أو الخدمة والتأكد من استمرار عمل النظام المعلوماتي، وأن مستخدم المعلومات لن يتعرض إلى منع استخدامه لها أو دخوله إليها.

4 عدم الإنكار (Non-repudiation) : تشمل مجموعة الوسائل المتعلقة بمنع إنكار التصرفات الصادرة عن الشخص، وتهدف هذه الوسائل إلى ضمان عدم قدرة الشخص المستخدم من إنكار أنه هو الذي قام بهذا التصرف، وترتكز هذه الوسائل في الوقت الحاضر على تقنيات التوقيع الإلكتروني وشهادات التوثيق الصادرة عن طرف ثالث. بحيث تتوفر قدرة إثبات أن تصرفا ما قد تم من قبل شخص ما في وقت محدد.

الفرع الثاني:مخاطر المعلومات ووسائل الأمن اللازمة

أولاً: المخاطر الرئيسية في بيئة المعلومات

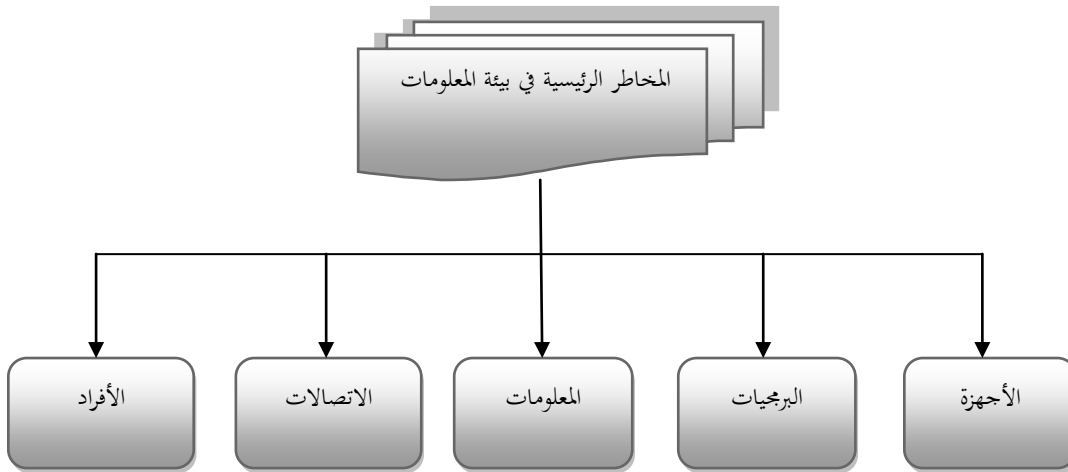
تطال المخاطر والاعتداءات في بيئة المعلومات أربعة مواطن أساسية هي مكونات تقانة المعلومات والإنسان نفسه، وهي في أحدث تجلياتها:¹

- **الأجهزة Hardware**: هي كافة المعدات والأدوات المادية التي تتكون منها النظم كالشاشات والطابعات ومكوناتها الداخلية ووسائل التخزين المادية وغيرها، لذلك لا بد من إعطاء الأهمية الكبيرة لحماية مواقع منظومة الأجهزة الإلكترونية وملحقاتها والتي تحوي الأجهزة المختلفة في نظم المعلومات واتخاذ كافة الإجراءات الاحترازية لحماية الموقع سواء من السرقة أو الأخطاء البيئية المختلفة وإدامة الطاقة الكهربائية وانتظامها وتحديد الإجراءات المختلفة للتفتيش والتحقق من هوية الداخلين إلى الموقع.

¹ خضر مصباح الطيبي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 194.

- البرمجيات Software: وتمثل البرمجيات المستخدمة في تشغيل النظام عنصر أساسي في نجاح النظام، لذلك لابد من اختيار البرمجيات الحديثة صعبة الاختراق، ووضع علامات السر المختلفة لإدارة وتشغيل النظام وتكون إما مستقلة عن النظام أو مخزنة فيه.
- المعلومات Information: إنها الدم الحي للأنظمة وتشمل كافة البيانات المدخلة والمعلومات المستخرجة عقب معالجتها، وتمتد بمعناها الواسع للبرمجيات المخزنة داخل النظم، والمعلومات قد تكون طور الإدخال أو الإخراج أو التخزين أو التبادل بين النظم عبر الشبكات.
- الاتصالات Communication: تشمل شبكات الاتصال التي تربط أجهزة التقنية بعضها ببعض محليا ودوليا، وتتيح فرصة اختراق النظم. لذلك لابد من أن تتمتع الشبكة بكفاءة عالية في الكشف عن التسلل إلى الشبكة.
- الأفراد people: يمثل الإنسان محور الخطر سواء المستخدم أو الشخص المناط به مهام تقنية معينة تتصل بالنظام، فإدراك هذا الشخص حدود صلاحياته وسلامة الرقابة على أنشطته في حدود احترام حقوقه القانونية مسائل رئيسة يعنى بها نظام الأمن الشامل، خاصة في بيئة العمل المرتكزة على النظم الحاسوب وقواعد البيانات.

الشكل رقم (9.1) المخاطر الرئيسية في بيئة المعلومات



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على ما سبق

ثانيا: متطلبات ووسائل الأمن المعلوماتي

لا توجد آلية منفردة تؤمن جميع الخدمات الأمنية. على كل حال هناك عنصر محدد يساهم تقريبا في جميع الآليات الأمنية المستخدمة وهو تقنيات التشفير أو التحولات المشابهة لتشفير المعلومات ولكي تستطيع حماية المعلومات والبيانات في البيئة الرقمية لابد من توفير أدوات حماية التقنية التي تسمح للمستخدم التعامل مع البيئة الرقمية بقدر من الخصوصية، مع دعم هذا المسعى بإصدار قوانين وتشريعات ملائمة والتي تشمل حماية البيانات.

ومن أجل العمل لحماية جميع المعلومات والبيانات والبرمجيات والشبكات يجب بناء نظام للأمن المعلوماتي وذلك يتطلب¹:

- 1- تحديد درجة الأمن المطلوبة للمعلومات لمختلف المستويات والتي سيتعامل معها النظام
- 2- تحديد نوع المعلومات وأهميتها وتصنيفها؛
- 3- تقدير الجهات المعنية باختراق أمنية المعلومات من أشخاص أو شركات وتقدير كفاءتهم؛
- 4- تقدير حجم الخسائر التي يمكن إن تنتج عن الكوارث التي يمكن أن تصيب النظام؛
- 5- تقدير التكاليف المقدرة لإنشاء النظام وبالتالي تحديد ميزانية لذلك للقيام بعملية صيانة وحماية النظام.
- 6- تعيين أشخاص مسؤولين عن أمن النظام، لتطبيق ومتابعة تطبيق نظام أمن المعلومات، والسيطرة ومعالجة أي خلل قد يحدث.

وتوجد وسائل متنوعة للحماية وتباين هذه الوسائل بدرجة فاعليتها وتعقيدها وذلك حسب البرامج المصممة لهذا الغرض ومن بين هذه الوسائل والإجراءات²:

- ✓ عمل نسخ احتياطية من ملفات البيانات ولقواعد البيانات Backup and Recovery؛
- ✓ استخدام البرامج المضادة للفيروسات Anti-virus software؛
- ✓ برامج جدران النار Firewalls software؛
- ✓ وضع ضوابط للنفاذ Access Authentication وتحديد امتيازات النفاذ Access privileges؛

¹ عبد المقصود ديبان, ناصر نور الدين عبد اللطيف, مرجع سبق ذكره, ص 56.

² بشير كاوجة, مرجع سبق ذكره, ص 51.

- ✓ استخدام أرقام مشفرة بأرقام سرية؛
- ✓ استخدام الخصائص الفيزيولوجية Biometrics, Fingerprint لحماية النظام مثل بصمة الإبهام، حدقة العين، الصوت وغيرها ؛
- ✓ وضع أدلة لمعالجة البيانات Guidelines for data Handling؛
- ✓ الرقابة على التدفقات القادمة Controlling Incoming Data Flowing للبيانات عبر الشبكات والوسائط الرقمية الأخرى Through Networks and Other؛
- ✓ الاستخدام الفعال لتقنيات التشفير Encryption لحماية محتوى موارد النظام.
- ✓ وضع إجراءات رقابة على المعالجة التقليدية للمعاملات Controlling؛
- ✓ تصحيح الأخطاء Error Corrections ؛
- ✓ المحافظة على أمن المعاملات التي تتم في شبكة الانترنت-Maintaining Security in Internet-based transactions
- ✓ وضع إجراءات وقواعد تدقيق في النظام .

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لهذا الفصل حاولنا الإلمام بجميع الجوانب المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، إذ تعد هذه الأخيرة من أبرز مظاهر الربع الأخير من القرن الماضي وبدايات القرن الحالي، وهذا يرجع إلى تضافر جهود الباحثين ورجال الأعمال، مما أدى إلى الاستثمار في تلك التكنولوجيات وتطويرها لتتأقلم مع كل النشاطات، فظهرت العديد من التكنولوجيات المتنوعة مثل الوسائط والشبكات بمختلف أشكالها من سلكية إلى لاسلكية تربط أطرافا متباعدة عبر دول وقارات ومن بين أكثر التكنولوجيات إبداعا شبكة الانترنت، والتي تعد شبكة الشبكات، حيث أضفت ميزة التفاعلية والتكامل بين التكنولوجيات الأخرى ومستعملها، فأصبح الاهتمام بها متزايدا يوما بعد يوم، هذا كله بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تضع الحلول التقنية أمام المجتمع بشتى تشكيلاته. ولهذا الاعتبار فإن هذه التكنولوجيات تعد اليد القوية التي تدير المؤسسات المصرفية من خلال جذب واستقطاب أكثر عدد من العملاء لديها وهذا ما سنحاول الإشارة إليه في الفصل الموالي.

الفصل الثاني

المؤسسات المصرفية

وعملها

تمهيد :

الاقتصاد مبني على قواعد وميكانيزمات السوق، فتلعب البنوك دور المحرك الأساسي لدواليب الاقتصاد بكل فروعه، والاعتماد عليها دور مؤكد، ومن أجل تذليل كل الصعوبات المتعلقة بالبنوك سنتناول في هذا الفصل نشأة ومفهوم البنوك وأنواعه ووظائفه وكذا التكنولوجيا في العمل المصرفي في المبحث الأول، أما في المبحث الثاني سنتعرف على مختلف شرائح عملاء المؤسسات المصرفية، و أيضا إلى علاقة المؤسسة المصرفية بعملائها، وكذلك إلى وسائل توطيد هذه العلاقة، وفي الأخير سنتناول أدوات قياس رضا العملاء والسلوكيات المترتبة عن هذا الأخير.

المبحث الأول : مفاهيم عامة حول البنوك والتكنولوجيا المستخدمة فيها

نظام البنوك في وضعه الحالي كأى نظام آخر، لم ينشأ على صورته الراهنة وإنما هذه النشأة وليدة تطور قام على أنقاض مجموعة من النظم البدائية، وهكذا تبلورت على مدار الزمان وظائف هذه البنوك وخصائصها وسنحاول في هذا المبحث على التعرف على نشأة كل من البنوك وأنواعها وكذا وظائفها وفي الأخير سنتطرق إلى التكنولوجيا في العمل المصرفي لما لها من مزايا على هذه الأخيرة.

المطلب الأول:نشأة ومفهوم البنوك :

أنشأت البنوك كمؤسسات تتعامل في الدين أو الائتمان، فهي تتلقى الودائع وتقدم القروض كوظيفة رئيسية وتقليدية، ونتيجة تطورها توسعت وظائف البنوك وتعددت لتعدد أنواعها، حيث نجد أهم هذه الأنواع هي البنوك المركزية، والبنوك التجارية التي تمثل النظام المصرفي .

الفرع الأول : نشأة وتطور البنوك

إن البدايات الأولى للعمليات المصرفية ترتقي إلى عهد بابل (العراق القديم) في الألف الرابع قبل الميلاد أما الإغريق فقد عرّفوا العمليات التي تراولها البنوك المعاصرة كتبادل للعملات ومنح القروض وحفظ الودائع قبل الميلاد بأربعة قرون، أما فكرة الأتجار بالنقود فقد بدأت في العصور الوسطى بفكرة الصراف الذي يكتسب دخله من مبادلة العملات سواء كانت عمالات أجنبية أو محلية.¹ أما البنوك بشكلها الحالي فقد ظهرت في القرون الوسطى في أوروبا وبالذات في مدن البندقية وجنوه و جنوب برشلونة، حيث قام بعض التجار و المرابين بقبول الودائع بغية المحافظة عليها من الضياع، وذلك مقابل إصدار شهادات إيداع إسمية قامت هذه المؤسسات بتحويل الودائع من إسم إلى اسم آخر سدادا للعملات التجارية.²

ولم يكتف الصيارفة بقبول الودائع بل عملوا على استثمار أموالهم الخاصة بإقراضها للغير مقابل فوائد كما عملوا على استثمار أموال الغير وقد حققوا من وراء ذلك أرباحا طائلة، ومنذ القرن 14 سمحوا الصياغ والتجار إلى عملائهم بالسحب على المكشوف وهذا يعني سحب أموال تفوق أرصدهم

¹ شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 25.

² رشاد العصار، رياض الحلبي، النقود والبنوك، ، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 63.

الدائنة مما أدى في النهاية إلى إفلاس عدد من المؤسسات وهكذا تطورت الممارسات المالية من صراف إلى بيت صيرفة ثم إلى بنك.¹

الفرع الثاني : مفهوم البنوك

تعتبر البنوك أساس التقدم الاقتصادي وهي الركيزة الأساسية لأي نظام مالي، والتي تلعب دورا أساسيا في التقدم الحضاري للأمم، من خلال حفظ الملايين من ودائع الأفراد و الشركات والحكومات ومنحها في شكل قروض للمقترضين، كما تقوم باستثمار ودائعها في كثير من المشاريع .

وأصل كلمة بنك² هو المصطلح الإيطالي "BANCO" ويقصد به المصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة. ثم تطور المعنى فيما بعد لكي يقصد بالكلمة المنضدة التي يتم فوقها عدّ وتبادل العملات comptoir، ثم أصبحت في النهاية تعني المكان الذي توجد فيه تلك المنضدة وتجري فيه المتاجرة بالنقود.

أما باللغة العربية : صرف وصراف واصطريف الدنانير أي بدلها بدراهم أو دنانير سواها والصراف والصريرف والصريرفي وجمعهما صيارفة هو بائع النقود بنقود غيرها، والصرافة أو الصيرفة هي حرفة الصراف ومن هنا جاءت كلمة المصرف والتي تعني المؤسسات المالية التي تتعاطى الإقراض والاقتراض.

البنك هو عبارة عن "منشأة مالية تتاجر بالنقود ولها غرض رئيسي وهو العمل كوسيط بين رؤوس الأموال التي تسعى للبحث عن مجالات الاستثمار وبين مجالات الاستثمار التي تسعى للبحث عن رؤوس الأموال".³

ويمكن تعريفه أيضا : بأنه عبارة عن " الوسيط بين الأموال التي تبحث عن الاستثمار وبين الاستثمار الذي يبحث عن التمويل اللازم".⁴

وباختصار فإن البنك هو " تلك المنشأة المالية التي تكون مهمتها الاعتيادية الجمع بين طالبي الأموال وعارضيهها.

¹ شاكر القزويني، مرجع سبق ذكره، ص ص 25، 26.

² المرجع السابق، ص 24.

³ السيد متولي عبد القادر، اقتصاديات البنوك، الطبعة الأولى، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، 2010، ص 47.

⁴ فائق شقير، عاطف الأخرس، وآخرون، محاسبة البنوك، الطبعة الثالثة، دار المسيرة، عمان، 2008، ص 15.

المطلب الثاني : أنواع و وظائف البنوك

تختلف وظائف البنوك باختلاف أنواعها وهذا ما سنتطرق له في هذا المطلب.

الفرع الأول : أنواع البنوك

لا تقوم البنوك جميعها بأعمال مصرفية من نوع واحد، كما أنها ليست كلها خاضعة لنظام واحد، ولقد اقتضى تعدد الفعاليات المصرفية من حيث الاختصاص إلى تقسيم البنوك إلى عدة أقسام حسب عدة أسس :

أولا : من حيث الوضع القانوني : وينقسم هذا النوع إلى ¹:

1. بنوك عامة : وهي البنوك التي تمتلكها الدولة من رأس مالها وأعمالها وأنشطتها مثل : البنك المركزي.
2. بنوك خاصة : هي البنوك التي تعود ملكيتها لأشخاص سواء كانوا طبيعيين أو معنويين ويتحملون مسؤوليتها القانونية والمالية ويتولون إدارة شؤونها .
3. بنوك مختلطة : وهي البنوك التي تكون ملكيتها مشتركة بين الدولة والأفراد ولكي تحافظ الدولة على سيطرة هذه البنوك فإنها تعتمد إلى امتلاك رأسمال بما يسمح لها بالإشراف عليها وتوجيهها بما ينسجم والسياسة الاقتصادية والمالية للدولة .

ثانيا : من حيث مصادر الأموال : وتنقسم البنوك إلى :

1. بنوك الودائع : عرف القانون الفرنسي بنوك الودائع لعام 1945م بأنها: "تلك التي تتلقى من الجمهور الودائع تحت الطلب أو لمدة لا تتجاوز سنتين وتنحصر فعالية هذه البنوك في الأعمال القصيرة الأجل في حين تترك الأعمال ذات الأجل المتوسط أو الطويل إلى غيرها من البنوك وهي تتميز باتصالها بجمهور كبير من الناس وهم المدخرون العاديين حيث تفتح لهم حسابا خاصا هو حساب الودائع أو الحساب الجاري.²
2. بنوك الأعمال³ : عرف المشروع المصري بنوك الاستثمار والأعمال " قانون 120 لسنة 1975م المادة 17 " بأنها البنوك التي تقوم بعمليات تتصل بتجميع و تنمية المدخرات لخدمة الاستثمار وفقا لخطط التنمية الاقتصادية وسياسيات دعم الاقتصاد القومي ويجوز لها أن تنشئ في هذا المجال شركات الاستثمار أو شركات أخرى تزاوّل أوجه النشاط الاقتصادي المختلفة كما يكون لها أن تقوم بتمويل عمليات تجارة مصر الخارجية.

¹ عبد القادر متولي، المرجع السابق، ص ص 48 و47 .

² رشاد العصار، رياض الحلبي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 67 و68 .

³ عبد الغفار حنفي، رسمية قرياقص، أسواق المال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 140.

ثالثا : من حيث طبيعة أعمالها

1. بنوك تجارية : وهي ذلك النوع من البنوك التي تقوم بتلقي الودائع وتوظيفها وخصم الأوراق التجارية ومنح القروض وأهم ما يميزها عن غيرها قبولها للودائع تحت الطلب مما يجعلها على استعداد لدفع الأموال لأصحابها¹.

2. بنوك صناعية²: وهو البنك الذي يختص بإقراض المنشآت الصناعية قروض متوسطة أو طويلة الأجل وهدفها تنمية الصناعة من خلال تمويل إنشاء الوحدات الصناعية الجديدة وتدعيم الوحدات القائمة عن طريق مدها بالأموال اللازمة لشراء الآلات والإنشاءات والمواد الخام وغيرها وتمثل أهداف البنوك الصناعية كالتالي :

- منح التمويل جزئيا أو كليا لإقامة المشاريع الصناعية أو توسيعها أو تطويرها ؛
- تشجيع الصناعات المحلية والبدوية (الصغيرة) بهدف استيعاب البطالة زيادة فرص العمل ؛
- القيام بالدراسات اللازمة كدراسات الجدوى الاقتصادية وتقديم المشورة الإدارية والفنية اللازمة لبعض المشاريع
- تقديم التسهيلات الائتمانية محليا أو خارجيا لتمويل القطاع الصناعي وبما لا يتعارض مع السياسة الاقتصادية العامة للدولة؛

- المساهمة في ملكية أسهم بعض المشاريع الصناعية وتشجيع القطاع الخاص على ملكية أسهمها أيضا.

3. بنوك زراعية : وهي منشأة مالية تختص بالتمويل الزراعي بغرض التوسيع الأفقي في الرقعة الزراعية والتوسع الرأسي بتحقيق أكبر قدر من المحاصيل الزراعية من الأراضي المزروعة. وتمنح قروض طويلة ومتوسطة الأجل للمزارعين للاستصلاح الأراضي أو تربية الماشية أو الدواجن، ويمكن تلخيص أهداف البنوك الزراعية كالآتي³:

- منح التمويل على اختلاف آجاله للأغراض الزراعية المختلفة ؛
- تشجيع إقامة المشاريع الزراعية، ومشاريع التصنيع الزراعي؛
- شراء إسناد القرض التي تصدرها الشركات المساهمة العامة الزراعية؛

¹ رشاد العصار، رياض الحلبي، مرجع سبق ذكره، ص 69 .

² عبد الحليم كراجه، محاسبة البنوك، الطبعة الأولى، دار صفا للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 18، 19.

³ المرجع السابق، ص 18، 19 .

- توفير المستلزمات الزراعية الضرورية وبأسعار منافسة للمزارعين؛
- للحد تمويل عمليات تسويق وتصدير المنتجات الزراعية ؛
- إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع الزراعية وتقديم الخبرة الفنية والإدارية اللازمة لإقامة تلك المشاريع.

4. بنوك عقارية:¹ تهدف هذه المصارف إلى تمويل إقامة المشاريع الإسكانية للمواطنين وذلك بسبب طبيعة التمويل طويل الأجل الذي تحتاجه هذه المشاريع والذي قد يمتد لعشرين سنة وأكثر مما دفع بالمصارف التجارية من التوسع في منح القروض العقارية وما قد يترتب على ذلك من آثار اقتصادية خطيرة كما حدث إبان الأزمة المصرفية في دول النمور الآسيوية عام 1994م وعام 1996م ويمكن تلخيص أهداف المصارف العقارية كالتالي:

- تقديم التمويل لإقامة المشاريع السكنية ولذوي الدخل المحدود جزئياً أو كلياً؛
- إقامة المشاريع الإسكانية الخاصة وبيعها للمواطنين وبأسعار وأقساط تناسب دخولهم ؛
- إعداد الدراسات الإستراتيجية حول السياسة السكنية العامة للدولة والقيام بالدراسات السكنية والإحصائية اللازمة لذلك ؛
- إقامة المشاريع الاستثمارية وبرامج التدريس المهني والعمل على توفير فرص عمل للمستفيدين من المشاريع الاستثمارية .

رابعا: من حيث الجنسية : وتقسم إلى ²:

- 1. بنوك إقليمية:** وهي البنوك التي تعود ملكيتها إلى رعايا مجموعة من الدولة المجاورة (أي أن ملكيتها تعود لمواطنين من جنسيات دول الإقليم الواحد). كأن يكون البنك في السعودية وتعود ملكيته إلى مواطنين من مجلس التعاون الخليجي (نفس الإقليم).
- 2. بنوك أجنبية :** وهي التي تتمتع بجنسية أجنبية غير جنسية البلد الذي تمارس أعمالها فيه ويقع مركزها الرئيسي في البلد الأجنبي وتكون رؤوس أموالها مملوكة بشكل رئيسي من قبل مؤسسات أو أفراد أجنب .
- 3. بنوك وطنية :** وهي البنوك التي تتمتع بجنسية الدولة والتي يمارس فيها النشاط وتعود ملكية هذا النوع من البنوك إلى أشخاص طبيعيين أو معنويين تابعين للدولة .

¹ أكرم حداد، مشهور مذلول، النقود و المصارف، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان، 2008، ص ص 176.175 .

² فائق شقير، عاطف الأخرس، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص، 25 .

خامسا : من حيث مشروعيتها : وتنقسم إلى :

1. بنوك تقليدية (ربوية) : وهي البنوك التي تتعامل بالفائدة .

2. بنوك إسلامية : تعتبر البنوك الإسلامية إحدى مكونات الجهاز المصرفي التي تخضع للإشراف ورقابة البنك المركزي ومن المعروف أن هذه البنوك لا تتعامل بالربا أي عدم التعامل بالفائدة، أحذا من المقترضين أو إعطاء للمودعين ولكنها تقوم بتشغيل هذه الأموال واستثمارها إما بنفسها أو مع شركاء آخرين .

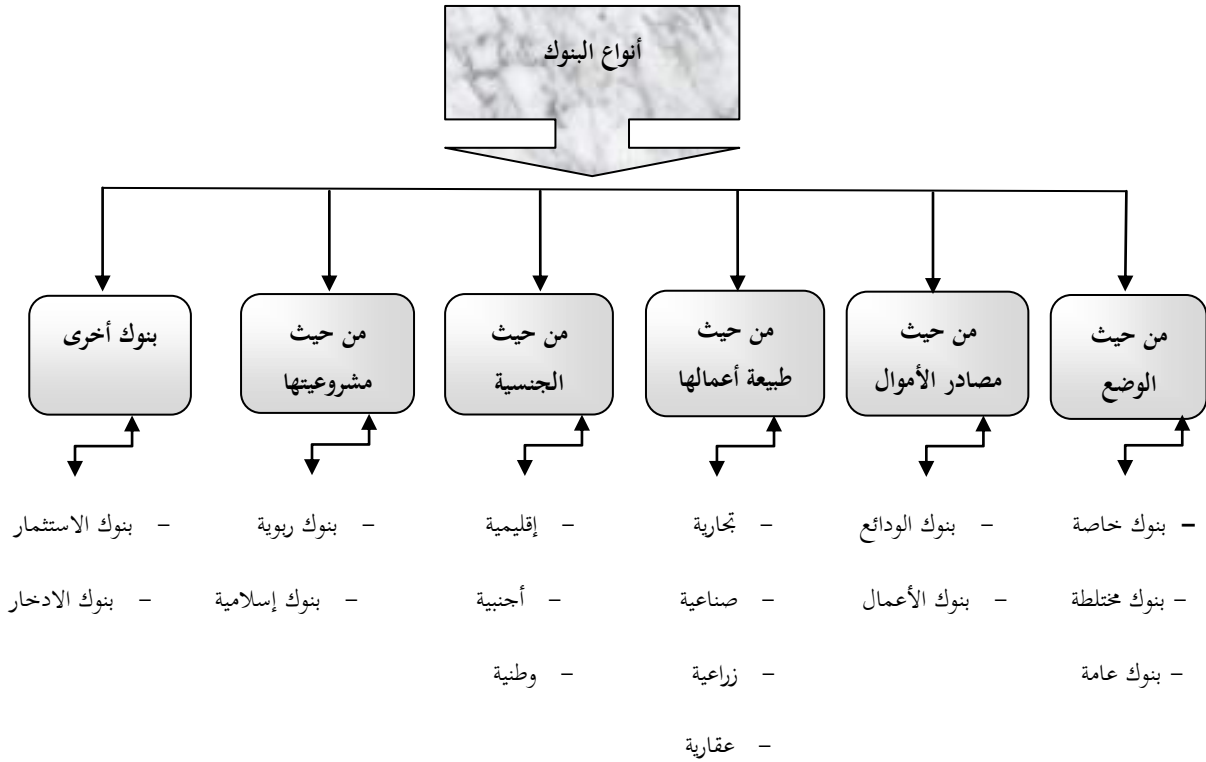
سادسا : بنوك أخرى¹ : وتمثل في :

1. بنوك استثمار : من الصعب وضع تعريف موحد لبنوك الاستثمار وذلك بسبب تعدد الأنشطة التي تضطلع بها في الوقت الحاضر، فهي تسمى في إنجلترا بنوك التجارة Merchant Banks وفي الولايات المتحدة الأمريكية بنوك الاستثمار Investments Banks وفي فرنسا بنوك الأعمال. على أنه مهما اختلفت التسميات فإن دوره الأساسي يمكن في الإسهام في تمويل الاستثمارات لتحقيق التنمية، وكذلك بالإضافة إلى أنها تقوم بتدبير الموارد المالية ذات الآجال المناسبة بما يسمح لها بأن تقدم للمشروعات وللحكومات قروضا طويلة ومتوسطة الآجال .

2. بنوك الادخار (التوفير) : كانت نشأة هذا النوع من البنوك في البداية عبارة عن مصارف صغيرة تابعة لهيئة البريد، ثم تطورت فكرتها و أصبحت وسيلة في تجميع المدخرات للأفراد، ولقد لقيت هذه البنوك شعبية كبيرة لدى الأفراد لانتشارها الكبير وقرنها من المدخرين من جهة، ولقيامها بالاستثمار الجزء الأكبر من إيراداتها في ذات المنطقة التي يقع فيها البنك من جهة أخرى. فضلا عن قيام هذه البنوك بوظائفها الأساسية كأوعية ادخارية فإنها تقوم بسداد ما يستحق عليهم من أموال للدولة أو للمجالس البلدية أو المحلية نيابة عن المودعين

¹ سمير حسون، الاقتصاد السياسي في النقود و البنوك، الطبعة الثانية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2004، ص ص 155، 156.

الشكل (1.2) : مخطط يوضح أنواع البنوك



المصدر : من إعداد الطالبة. بناء على مما سبق

الفرع الثاني : وظائف البنوك :

عرفت وظائف البنوك تطورات هامة بمرور الزمن وكمحصلة للظروف ومتطلبات اقتضتها التطورات الاقتصادية، حيث لم تعد تقتصر وظائفها على العمليات التقليدية وسنتطرق في هذا إلى الوظائف المتعلقة بالبنوك وأهمها :¹

1. الاحتفاظ بودائع العملاء والحسابات الجارية تحت الطلب والتي تستخدم خلالها : الشيكات، الحوالات وباقات السحب الآلية وبعض بطاقات الائتمان، بالإضافة إلى الودائع الادخارية والودائع الآجلة؛
2. القيام بعمليات الإقراض بغرض الاستثمار عن طريق استخدام الودائع مثلا، في منح القروض قصيرة الأجل للعملاء بضمان ما يقدمونه من ضمانات كبضائع أو أوراق مالية أو أوراق تجارية؛
3. تقديم التسهيلات الائتمانية لرجال الأعمال والمستثمرين ؛

¹ السيد متولي عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 58 .

4. أعمال أخرى مثل : تقديم الاستشارات للعملاء، إدارة ثروة العملاء، أعمال الحفظ والتخزين، القيام ببعض الخدمات الخاصة بالأوراق المالية مثل : شراء وبيع الأوراق المالية وحفظها وتحصيل الكوبونات نيابة عن العملاء أو دفعها نيابة عن الشركات ؛

5. فتح الاعتمادات المستندية وإصدار خطابات الضمان وتمويل التجارة الخارجية ؛

6. شراء وبيع العملات الأجنبية ؛

بالإضافة إلى هذه الوظائف تقوم بوظائف أخرى منها:¹

7. القيام بخدمات الأوراق المالية لحساب عملائه، ويقصد بذلك شراء الأوراق المالية من أسهم وسندات لحساب العملاء وحفظها لهم وتحصيل كوبوناتهما في موعد استحقاقهما وكذلك بينها في بورصة الأوراق المالية ويحصل البنك على عمولة زهيدة مقابل القيام بهذه الأعمال .

8. القيام بالخدمات المالية للعملاء مثل التحويلات النقدية بين العملاء وبعضهم سواء في ذلك المقيمين في نفس المدينة أو إذا كان كل من المحول والمحول إليه في مدينة مختلفة. وكذلك القيام بعمليات تحصيل الشيكات والكمبيالات للعملاء وسداد ديونهم نيابة عنهم يضاف إلى ذلك بعض الخدمات مثل تأجير الخزائن الحديدية والمخازن للعملاء .

¹ مجيد محمود شهاب، اقتصاديات النقود والمال، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2000، ص ص 196، 197 .

المطلب الثالث: التكنولوجيا في العمل المصرفي

يعد التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر العولمة، حيث اهتمت البنوك اهتماما كبيرا بتكثيف الاستفادة من أحدث التقنيات المعلومات والاتصالات وتطويرها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية من البنوك إلى العميل بدقة وسهولة ويسر، الأمر الذي يتواءم مع المتطلبات المعاصرة والمتزايدة لمختلف شرائح العملاء من ناحية، ويحقق للبنك نموا مطردا في حجم عملياته وأرباحه من ناحية أخرى.

الفرع الأول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي

حصل في العمل المصرفي بين عامي 1950 و1970 ثلاثة تطورات مهمة ابتدأت بإدخال المحترفين في العمل المصرفي في أعقاب الحرب العالمية الأولى، ومن ثم دخول ثقافة التسويق والبيع ومن ثم تنامي دور التكنولوجيا المتقدمة. هذا وقد مر استخدام التكنولوجيا من قبل البنوك بست مراحل هي:¹

- 1 **مرحلة الدخول:** أين أدخلت التكنولوجيا من قبل المختصين إلى البنوك لإيجاد الحلول لمشكلات الأعمال المكتبية الخلفية مثل: التأخير في إعداد التقارير المالية والمحاسبية، ولم يكن هناك تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا التنفيذية سواء في الحلول المقترحة أو كلفتها، فكان من المهم حل مشكلات العمل المصرفي.
- 2 **مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا:** والتي فيها تدريب العاملين بالبنك من خلال برامج تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال، وكانت مرحلة تحضير أوسع لدخول التكنولوجيا. وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا.
- 3 **مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء:** وتميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية، حيث بدأ اهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا.
- 4 **مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف:** وهي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا، أين عمدت الإدارات إلى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.

¹ عبد الرزاق قاسم، أثر ثقافة المعلومات في تطوير نظم عمليات المصارف العامة في سوريا، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق العدد الأول، 2000، ص309.

- 5 مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا كباقي أصول البنك: وبالتالي يجب عليها أن تدر مردودا كباقي الأصول، وهنا بدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا.
- 6 مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال البنك: أين بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا، والتي ركزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العملي، وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.

الفرع الثاني: مزايا استخدام التكنولوجيا في المجال المصرفي ومتطلبات تحقيقها لتلافي السلبيات

يؤدي استخدام التكنولوجيا في المجال المصرفي تحقيق العديد من المزايا من أهمها:¹

- تحقيق ميزة تنافسية للبنك في السوق المصرفي من خلال توفير الخدمات المرتبطة بالتقنيات الحديثة مما يجعل الخدمات أكثر جاذبية للعملاء،
- تحرير العمل المصرفي من الروتين والأعباء الإدارية مما يخفف الضغط على موظفي البنك ويساعدهم على الاهتمام بجودة الخدمة؛
- يؤدي تطبيق التكنولوجيا في العمليات المصرفية إلى تقليل التكاليف وزيادة ربحية البنك، وفي هذا السياق يتم تخفيض تكاليف التشغيل التي يتحملها البنك لإجراء بعض المعاملات المصرفية بدون الحاجة للانتقال إلى البنك وهذا ما يؤدي على تخفيض تكلفة إنشاء فروع جديدة في المناطق البعيدة لأن تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد له بما يحتاجه من مباني وأجهزة وعمالة مدربة ومستندات وصيانة؛
- تساعد التكنولوجيا المتقدمة البنك في تسويق وتقديم خدمات مصرفية جديدة ومتنوعة لم تكن معروفة من قبل كأجهزة الصراف الآلي وظهور البنوك الإلكترونية؛
- يمكن البنك من تنويع خدماته وتوسيع قطاعات العملاء التي يتعامل معها؛
- يؤدي تطبيق التكنولوجيا في المجال المصرفي إلى تحديث وعصرنة نظم الإدارة؛
- تعمل التكنولوجيا على تذليل الصعوبات المرتبطة بعملية تقديم خدمات مصرفية إضافية؛
- تعمل التكنولوجيا على تحسن العلاقات بين العميل والبنك.

¹ دحماني محمد درويش، التقنيات الحديثة كمدخل للأداء المتميز بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسينية بن بوعلي بالشلف، الجزائر، 2006، ص 231.

غير أن هذه المزايا يقابلها العديد من السلبيات نذكر منها:¹

- عدم توفّي الأمان والسرية في استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي، وتعرض هذا الأخير إلى ما يعرف بمخاطر التشغيل والناجمة عن ممارسة الأعمال المصرفية الإلكترونية؛
- صعوبة الاستخدام (مثل صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية)؛
- قلة الثقة في استخدام الوسائل التكنولوجية المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية والقناعة بالتعامل مع الفروع مباشرة؛
- عدم توفر الدراية الوافية باستخدام التكنولوجيا المصرفية وتطوير جودة الخدمات المصرفية والارتقاء إلى مستوى التحديات التي تواجه العمل المصرفي؛

بالإضافة إلى تلافي السلبيات، فإن هناك متطلبات يجب توفرها نذكر منها:²

- ✓ إيجاد بيئة قانونية وتشريعية مناسبة تساعد على تسهيل تطبيق تكنولوجيا المعلومات في العمليات المصرفية؛
 - ✓ الارتقاء بالعنصر البشري باعتباره احد الركائز الأساسية للارتقاء بالعمل المصرفي وتطويره، وذلك من خلال التدريب على إتقان استخدام التكنولوجيا في إدارة العمليات المصرفية بالشكل الذي يسمح بتعظيم مردودية البنك؛
 - ✓ تنويع الخدمات المصرفية، وتطوير تطبيق التسويق المصرفي، لكسب ولاء العملاء وتعظيم المزايا التنافسية للمنظمات المصرفية؛
 - ✓ تعميم الوعي على قطاعات العملاء والجمهور بمزايا ومخاطر استخدام التكنولوجيا في التعاطي بالخدمات المصرفية، من خلال استغلال أساليب الدعاية والإعلان عبر وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتاحة (موقع البنك المركزي- مواقع البنوك المعنية بتقديم الخدمات المصرفية التي تعتمد على التكنولوجيا)، الندوات والحلقات الدراسية.
- وفي الأخير يمكن القول أن التقدم التكنولوجي قد أسهم في تغيير ملامح النشاط المصرفي، غير أن بعض الاقتصاديين يرون أنه لازالت هناك فجوة بين ما توصلت إليه التكنولوجيا الحديثة وما تم استيعابه من قبل

¹ بشير كاوجة، مرجع سبق ذكره، ص 48.

² خضر مصباح الطيطي، مرجع سبق ذكره، ص 185.

البنوك، وهو ما يوحي انه في ظل المنافسة المحتدمة والابتكارات الجديدة فإن التطبيقات التكنولوجية في النشاط المصرفي ستأخذ اتجاهها متزايدا في السنوات المقبلة مع إعطاء اهتمام أكبر بتكنولوجيا المعلومات.

المبحث الثاني: عملاء المؤسسات المصرفية

من الضروري أن يتعرف البنك على عملائه المختلفين وأن يقوم بدراسة سلوكياتهم وتحليل احتياجاتهم للإجابة عنها بفعالية. وهو ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: ماهية العميل البنكي

هناك عدة عوامل تؤثر على العميل البنكي، وقبل التطرق إليها نقدم مفهومًا للعميل البنكي:

الفرع الأول: مفهوم العميل البنكي والعوامل المؤثرة عليه

أولاً: مفهوم العميل البنكي

قبل التطرق إلى تعريف العميل البنكي نقدم تعريفاً للعميل بشكل عام، وهو كما يلي :

" العميل أو المستهلك هو الشخص الذي يقوم بشراء السلعة أو الخدمة، وذلك بهدف إشباع حاجاته ورغباته الشخصية أو العائلية.¹

أما العميل البنكي فيمكن تعريفه بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بفتح حسابات لدى البنك بهدف إيداع أمواله المختلفة (الاقتراض أو التحويل...)، والعميل يمكن أن يكون مؤسسة اقتصادية ، تجارية أو صناعية، أو منظمة غير اقتصادية كمنظمات الضمان الاجتماعي أو الخزينة العامة، أو مؤسسات الدولة أو البورصة... الخ ويستعمل البنك بالنسبة للمنظمات الغير الاقتصادية حسابات داخلية في إطار علاقاته معها.²

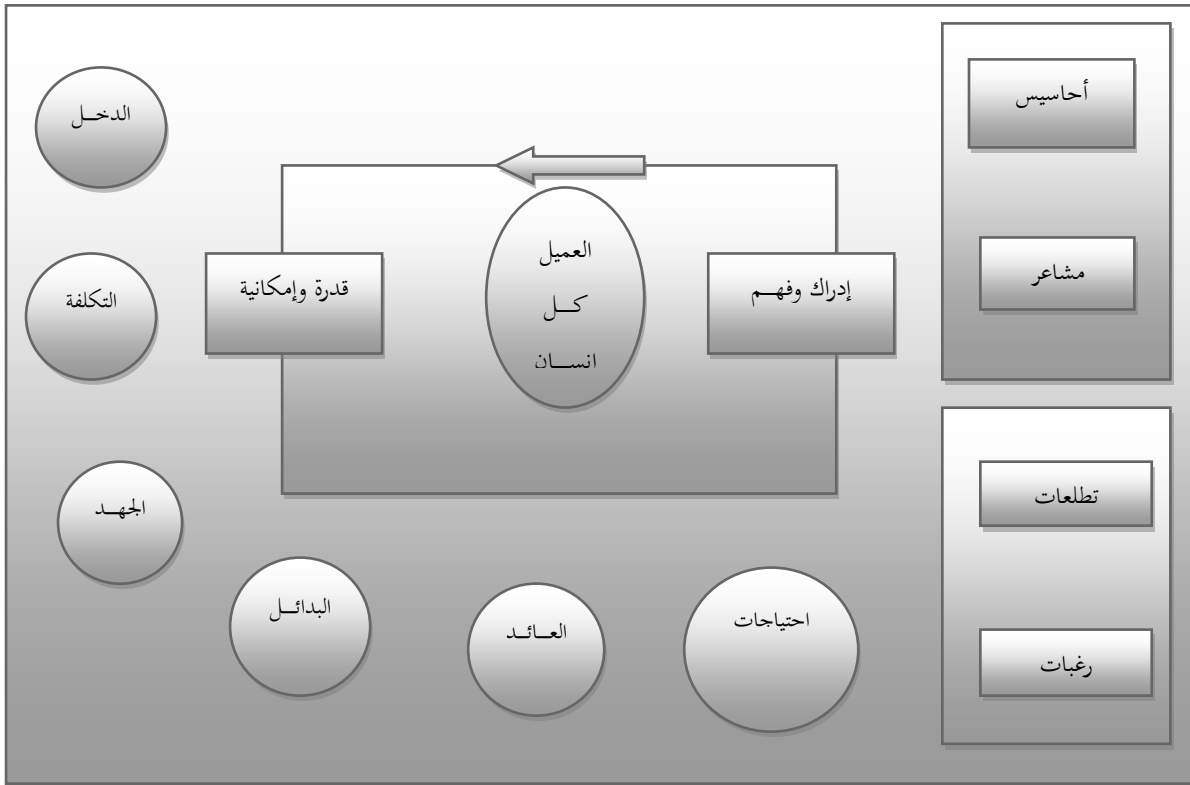
¹ عبد الله الطائي، عيسى قداد، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 144.

² عائشة مصطفى الميناوي، سلوك المستهلك، الطبعة الثانية، مكتبة عين الشمس، للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 121.

ثانيا: العوامل المؤثرة على العميل البنكي

العميل البنكي قبل كل شيء هو إنسان حتى ولو كان مؤسسة أو بنكا فإن متخذ القرار فيه هو إنسان، يتكون من قوى جسمية ونفسية واجتماعية، وتؤثر فيه مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية والتي تحتاج رجل التسويق إلى التعرف عليها. والشكل التالي يظهر أهم العوامل المؤثرة على العميل البنكي:¹

الشكل رقم (2.2): العوامل المؤثرة على العميل البنكي



المصدر: عيسى علي، فضالة خالد، مرجع سبق ذكره، ص 99.

وحسب الشكل فالعميل هو إنسان تحركه مجموعتان من العوامل تشكل كل منهما واقعه وذاته وهما:

✓ المجموعة الأولى: وتشكل العناصر التي تشكل العميل كإدراكه وفهمه وتضم عناصر الأحاسيس والمشاعر والتطلعات والرغبات والاحتياجات.

¹ عيسى علي، فضالة خالد، التوظيف الأمثل لعناصر المزيج التسويقي البنكي لاكتساب رضا العملاء، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد أكلي محمد اولحاج، البويرة، الجزائر 2012، ص 88 .

✓ المجموعة الثانية: والتي تشكل قدرة العميل وإمكانياته والتي تؤثر فيها كل من عناصر الدخل واستمراره والتكلفة، العائد، البدائل المتاحة أمام العميل والجهد والوقت اللذان يتحملهما في سبيل الحصول على الخدمة البنكية.

الفرع الثاني: أنواع عملاء البنك وطبيعة العلاقة بينهما

أولاً: أنواع عملاء البنك

يمكن تقسيم عملاء البنك إلى مايلي:¹

- **المحتاط:** تتصف شخصية هذا النمط من العملاء بنزعة عميقة إلى الحيلة وعدم الثقة كما انه من الصعب التعرف على ما يريده هذا النوع من العملاء، فالنقود في نظرهم جد ثمينة ولا ينبغي تبذيرها، وأغلب هؤلاء العملاء هم من كبار السن وممن يفضلون التعامل نقدا بدلا من استعمال البطاقات الآلية.
- **المسيطر:** من أهم الملامح التي تميز شخصية هؤلاء العملاء الطموح الكبير الذي يجذوهم ويدفعهم للبحث عن الفرص التي تسمح لهم باستغلال أفكارهم، فالنجاح لديهم قائم على أساسا مال، ومعظم هؤلاء العملاء هم من الأفراد الميسوري الحال والقاطنين بالمدن الصغرى.
- **المخطئ:** ميزة هذا الصنف من العملاء أنهم منظون على مشاريعهم وأسرارهم، قليلو الطموح ينظرون إلى عملية اتخاذ القرار على أنها عملية صعبة مما يجعل تصرفاتهم حاسمة لكل ما يتعلق بالمال، فهم لا يتقبلون الخطأ أو التزوير، وهم في أغلب الأحيان شباب ومن ذوي الدخول المحدودة و المتوسطة.
- **غير المرغوب فيه:** يتصف هذا النوع بأنه ايجابي النزعة، نشيط ومبادر، يتمتع باستقلالية عالية جدا في اتخاذ قراراته وبعيدا عن تأثير الآخرين، شغوف للتمتع بالحياة لذلك فهو ينفق على معظم دخله من أجله ذلك، وهذا ما يلاحظ من خلال حسابه البنكي الذي غالبا ما يكون بدون رصيد الأمر الذي يجعله غير مرغوب من طرف البنك.
- **المخاطر:** عملاء هذا الصنف هم أفراد واقعيون جدا، يعرفون ويحسنون استغلال القوانين والتعليمات لصالحهم، المال لديهم مهم جدا ووجوده يستلزم إنفاقه، طموحهم هو الاستفادة من الحياة مع تفادي كل أنواع القيود، هم عملاء صغار السن ومن مختلف الشرائح الاجتماعية والمهنية.

¹ خضير كاضم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 212.

ثانيا: طبيعة العلاقة بين البنك وعمالئه

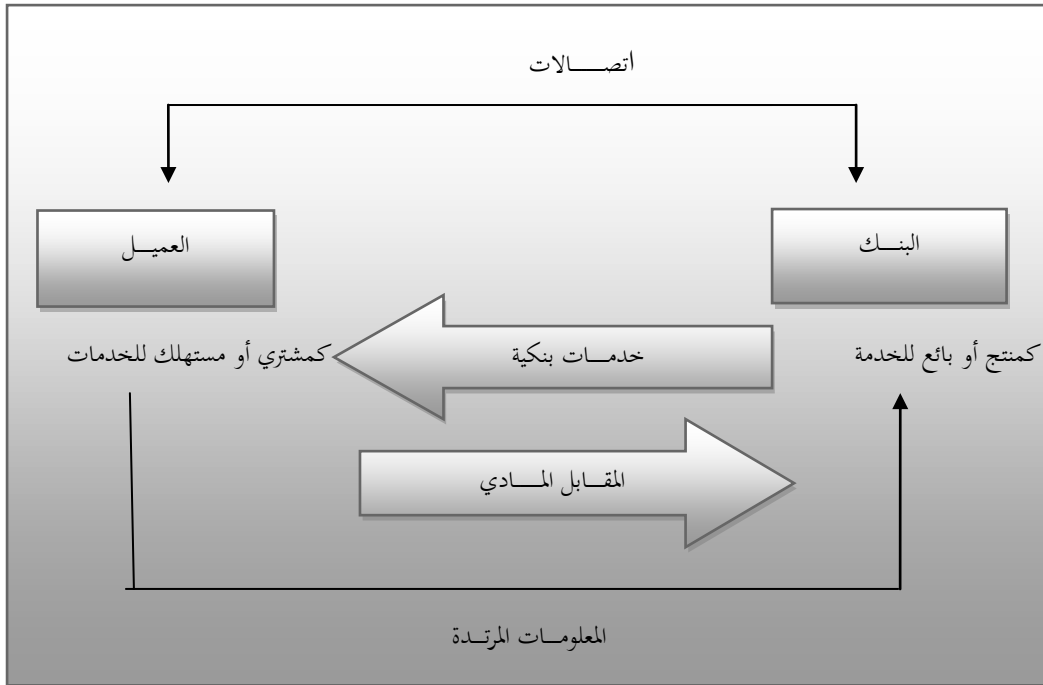
تقوم التعاملات بين البنك وعمالئه على أساس بناء علاقة ثقة طويلة الجمل يكون فيها كلا الطرفين فائز، أي البنك يربح والعميل يرضى ويجب على إدارة البنك أن تبذل قصارى جهدها في مجال تصميم هذه العلاقة، وصياغتها ضمن الأطر التي تصون بقائها واستمرارها وبالتالي بقاء واستمرار البنك على المدى البعيد.

وتقسم كمايلي:¹

1. العلاقة التبادلية:

ويقصد بالتبادل التصرف الذي يحصل بمقتضاه الفرد على المنتج الذي يرغب من خلال تقديم المقابل للطرف الآخر الذي يملك هذا المنتج، حيث أن هناك طرف وهو البنك يملك المنتج، وفي المقابل يوجد طرف ثاني يرغب في هذا المنتج وهو العميل، ومن ثم عليه تقديم المقابل المادي للحصول على خدمة الطرف الأول، والشكل الموالي يوضح أكثر هذه العلاقة:

الشكل رقم (3.2) العلاقة التبادلية بين البنك والعميل



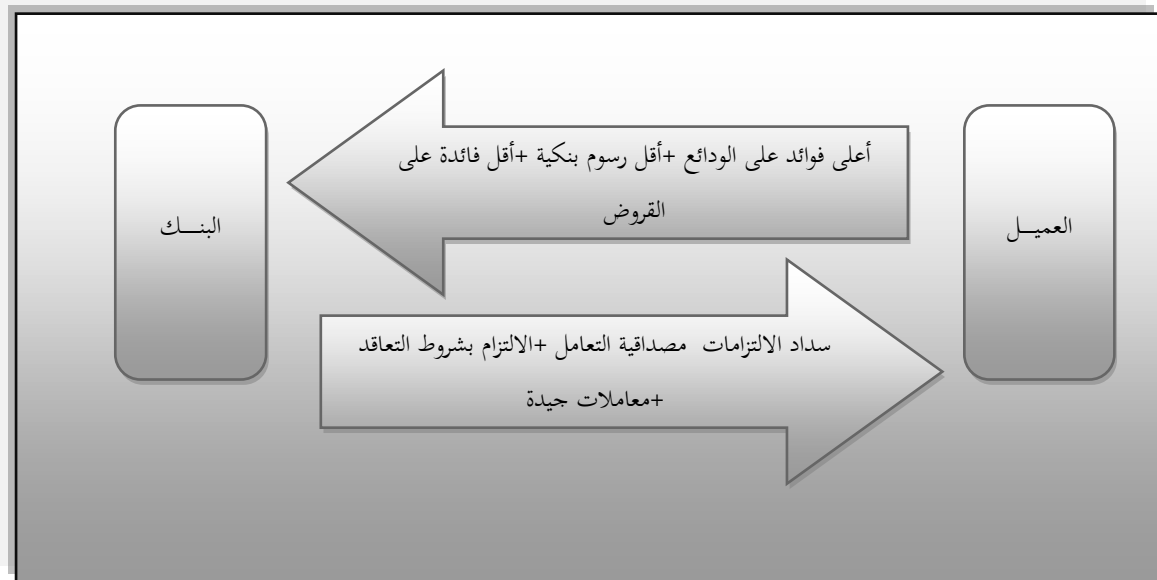
المصدر: عيسى علي، فضالة خالد، مرجع سبق ذكره، ص 93.

¹ سمير احمد أبو زنيد، شادي ربحي الشريف، جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية العاملة في الضفة الغربية ومدى رضا العملاء عنها، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الخليل، فلسطين، العدد الخامس، 2007، ص187.

2. العلاقة التفاعلية:

ويقصد بها تبادل الأطراف حول شيئين ذو قيمة لكل طرف وبشروط وتوقيت ومكان الاتفاق، وعندما يتفق الطرفان البنك والعميل على عملية التبادل حينئذ نقول أن هناك تعامل قد تم. ولضمان تحقيق تبادل فعال وناجح فإن على مسؤول التسويق البنكي أن يقوم بتحليل توقعات كل طرف في عملية التبادل وإعدادها في شكل قائمة تسمى قائمة رغبات العميل، ويتم التعبير ببيانها عن تلك القائمة في صورة خريطة تبادل بين طرفين (بنك - عميل)، كما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم(4.2) خريطة التوقعات المتبادلة بين البنك والعميل



المصدر: عيسى علي، فضالة خالد، مرجع سبق ذكره، ص 95.

وبتحليل رغبات العميل وفقا للخريطة السابقة، يتضح لنا أنه يتوقع من البنك تقديم خدمات عالية الجودة، وضع رسوم بنكية ملائمة، تقديم شروط سداد مريحة، مصداقية في التعامل، أعلى فوائد على الودائع، الاهتمام بشكواه، المعاملة المتميزة وأقل فوائد على القروض وفي المقابل فإن البنك بدوره يتوقع من العميل سداد التزاماته في مواعيدها، التعامل بصورة جيدة مع موظفيه، احترام مواعيد العمل الرسمية، التحدث عن البنك بصورة طيبة أمام الآخرين.

2. العلاقة التفاعلية:

من أبرز سمات الخدمات البنكية أنها تتطلب الحضور الشخصي للعميل عندما يريد الحصول عليها، وهو ما يملئ درجة التفاعل بينه وبين البنك ولا يقتصر هذا التفاعل بين العميل وموظفي البنك الذين يقومون بتأدية الخدمة، بل يمتد على كافة المرافق والتسهيلات وأنظمة توصيل الخدمة التي يوفرها البنك للعميل، إذن العلاقة التفاعلية ما هي إلا تعبير عن الفترة الزمنية التي يتفاعل فيها المستفيد (العميل) بشكل مباشر مع الخدمة البنكية، والتي تمتد أيضا إلى التفاعل مع التسهيلات المادية والعناصر الملموسة الأخرى.

المطلب الثاني: وسائل توطيد البنك لعلاقته مع عملائه

هناك أكثر من وسيلة يمكن للبنك استخدامها لبناء وتوطيد علاقته مع عملائه ومن أهم هذه الوسائل المتابعة المستمرة للعملاء الحاليين وذلك من أجل:¹

- التأكد من استفادة العميل من الخدمات المقدمة له؛
- التأكد من قدرة العميل على استخدام الخدمات البنكية ؛
- قياس رد فعل العميل اتجاه الخدمات التي يتعامل فيها ومدى تحقيقها لأهدافه؛
- تشجيع العميل على التعامل مع خدمات بنكية أخرى مكمله؛
- تقديم أي معلومات أخرى يحتاجها العميل بشأن ربط الخدمة البنكية باحتياجاته؛
- يمكن أيضا ربط وتوطيد العلاقات مع العملاء عن طريق المساعدات التي يقدمها البنك لمساعدة العميل في حل مشاكله التي يعاني منها، ومن الممكن أن يقدم عدة اقتراحات مفيدة للعميل في مجال المساعدات والمشورة الترويجية والبيعية.
- المراسلة مع العميل، وذلك في المناسبات المختلفة وأيضا خطابات الشكر على تعامله مع البنك وأيضا الهدايا التذكارية لأنها ذات أهمية بالغة في كسب ثقة العميل، ومن ثم استمرارية العلاقة بينه وبين البنك
- أسلوب معالجة شكاوي العملاء وما يتحقق من ذلك من تحقيق روح الأمان في التعامل مع البنك، فقد تكون لدى العميل عدة شكاوي أو أكثر، مثلا أنه يشكو عدم ملائمة الخدمة لاحتياجاته، أو يشكو من سوء التعامل معه.

¹ خالد عبود، علي كنعان، قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد الثاني، 2012، ص 161.

المطلب الثالث: رضا العميل البنكي

لقد أصبح الرضا في الآونة الأخيرة من المفاهيم الأساسية للإدارة الحديثة، حيث تسعى إلى إدراجه ضمن أولوياتها في الخطط التسويقية.

الفرع الأول: مفهوم رضا العميل وأهميته :

أولاً: مفهوم الرضا للعميل

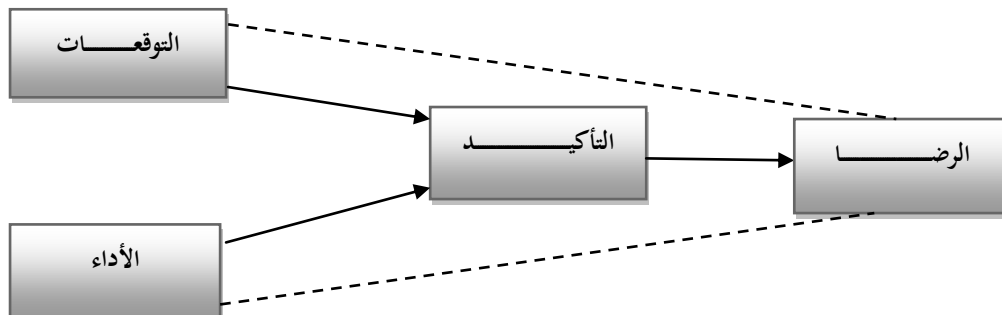
" الرضا هو عبارة عن الحالة النفسية للإنسان التي يشعر بها عندما يحصل على مكافأة كافية مقابل التضحية بالنقود والمجهود".¹

يمكن تعريف الرضا بأنه " عبارة عن خبرة ما قبل الاستهلاك التي يقارن فيها العميل بين الخدمة التي يتصورها مع الجودة المتوقعة".²

ويعرف الرضا الكلي للعميل بأنه " مشاعر العميل بالفرح أو الأشياء بعد الشراء الناجمة عن مقارنة الأداء الفعلي المدرك للمنتج مع توقعاته".³

من خلال ما سبق قوله يمكن القول بأن الرضا هو الفرق بين توقعات العميل المسبقة لأداء المنتج وبين الأداء الفعلي للمنتج ، أي أن العميل تكون له صورة أو فكرة عن الإشباع الذي يقدمه المنتج وبعد استهلاكه له تضح الصورة النهائية والفعلية لهذا المنتج بالنسبة له.

الشكل رقم(5.2) نموذج الرضا



المصدر: عبد الرحمان توفيق، قياس رضا العملاء، خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة، مصر، الجيزة، ص23.

¹ عبد الرحمان توفيق ، مرجع سبق ذكره، 27.

² خالد عبود، علي كنعان ، مرجع سبق ذكره، ص 155.

³ خضير كاضم محمود، مرجع سبق ذكره، ص 217.

ثانيا: أهمية رضا العميل

إن رضا العميل عن الخدمة البنكية أهمية بالغة تتمثل في:¹

- رسم برنامج وخطط العمل بالمنظمة؛
- تطوير جودة الخدمة وتحقيق ميزة تنافسية للبنك في السوق؛
- نجاح البنك في تحقيق الأرباح من خلال إشباع حاجات العميل ومتطلباته؛
- خلق ولاء من قبل العميل للبنك؛
- زيادة تكرار تعاملات العميل مع البنك.

الفرع الثاني: خصائص الرضا:

للرضا ثلاثة خصائص رئيسية وتتمثل في:²

1. **رضا ذاتي:** ونقصد بالذاتية هنا أن العميل لا يكون واقعي ومنطقي في حكمه على جودة الخدمة، فيمكن لعميل أن يرى الخدمة المقدمة ذات جودة عالية وأفضل من خدمات المؤسسات المنافسة، بينما يراها عميل آخر أنها أقل مستوى ويرجع هذا أساسا إلى التوقعات المسبقة التي يكونها كل عميل على مستوى الجودة ويقارنها بالأداء الفعلي لها. وهنا المؤسسة يجب أن تخلق الخدمات وفق ما يتوقعه العميل ويحتاجه (الجودة- الرضا).
2. **الرضا النسبي:** ليس هنالك رضا مطلق وإنما لكل عميل رأي في مستوى الجودة المحددة وهذا من خلال نظرته لمعايير السوق فبرغم من أن الرضا ذاتي إلا أن نسبته تختلف لدى العميل ذاته، فالخدمات التي تحقق أعلى المبيعات هي تلك التي تتوافق وحاجات ورغبات العميل بصفة أقرب للدقة.
3. **رضا تطوري:** يمكن أن يتطور الرضا بتطوير عنصرين: التوقع ومستوى الأداء المدرك، فبمرور الزمن يمكن لتوقعات العميل أن تتطور من خلال تقديم خدمات جديدة والرفع من مستوى المعايير الخاصة بالخدمات، بالإضافة إلى تحسين أداء مقدمي الخدمة وتدريبهم بالشكل الذي يسمح بتطوير مستوى الإدراك من طرف العميل.

¹ غيثي عبد العالي, شمام عبد الوهاب, قياس جودة الخدمات المصرفية, مجلة العلوم الإنسانية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة بسكرة, العدد 1, 2007, ص 104.

² محمد إبراهيم عبيدات. مبادئ التسويق, دار المستقبل للنشر والتوزيع, عمان, 1999, ص 61.

الفرع الثالث: السلوكيات الناجمة عن الرضا أو عدم الرضا

أولاً: السلوك المشترك عن حدوث الرضا¹

1. سلوك تكرار الشراء: سلوك تكرار الشراء يختلف عن سلوك الولاء بالرغم من أن البعض يعرف سلوك الولاء بأنه تكرار للشراء ولكن في الحقيقة هناك فرق بينهما من حيث أن سلوك تكرار الشراء يكون بدون الالتزام نفس الخدمة في كل مرحلة شراء، أما الولاء فهو الالتزام بشراء نفس الخدمة في كل مرحلة شراء.

2. سلوك التحدث بكلام ايجابي: يعد التحدث بكلام ايجابي أحد أهم سلوكيات ما بعد الشراء المترتبة عن الرضا، فالرضا يعد مقدمة هامة لسلوك التحدث الايجابي عن الخدمة وعليه يمكننا القول أن سلوك أن التحدث بكلام مجاني يمثل وسيلة اتصال مجانية ذات فعالية لما تتميز به من مصداقية، لأنها ناتجة عن تجربة نتجت عنها صورة ايجابية تنتقل من الفم إلى الأذن مباشرة.

3. سلوك الولاء: يعد سلوك الولاء أحد السلوكيات المترتبة على الرضا وهو يتميز بأنه التزام عميق بتكرار الشراء وإعادة التعامل على الدوام من الخدمة المفضلة في المستقبل.

ثانياً: السلوك المترتب على حدوث عدم الرضا²

1 سلوك الشكوى: يعد سلوك الشكوى، رد فعل يحدث نتيجة عدم الرضا الذي يشعر به العميل عن الخدمة بسبب وجود أخطاء عن تقديم الخدمة مثل: التأخير في تسليم السلعة أو تقديم الخدمة لمن يطلبها العميل، عدم توفير ما يطلبه العميل في الوقت والمكان المتفق عليه.

2 غياب رد الفعل: هناك عملاء لا يجذبون فكرة تقديم الشكاوي أي لا يكون لهم سلوك رد الفعل، وهنا يكون البنك معرض لخطر فقدان العميل.

3 التحول عن التعامل مع البنك إلى بنوك أخرى: يعد تحول العميل رد فعل سلوكي ناتج عن حدوث عدم الرضا عن الخدمة مما ينتج عنه حالات، وهذا عن هروب العملاء، لذا يجب على البنك الوصول إلى الصفر عيب أو رضا بنسبة طريقة القضاء عن كل أسباب التحول والتي نذكر منها:

¹ خضير كاضم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 220 .

² حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، أطروحة دكتوراه في البنوك، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد- تلمسان - الجزائر، 2013/2014، ص 156.

- عدم إظهار اهتمام الموظفين الداخليين الذين يحتلون الواجهة الأمامية بالعميل الخارجي.
- إستغراق وقت طويل للإستجابة لمتطلبات العميل؛
- عدم توفر الخدمة المطلوبة؛
- مستوى الجودة متقارب مع مستوى المنافسين مع سعر أعلى.

خلاصة الفصل

من خلال هذا العرض الذي تناوله هذا الفصل يمكن القول بأن البنك عبارة عن منشأة مالية تنصب عملياته الرئيسية على حشد الموارد المالية والنقود الفائضة عن حاجة الجمهور، لغرض توظيفها أو إقراضها وفق أسس وتقنيات مختلفة، كما استنتجنا أيضا أن البنوك لها أنواع متعددة ووظائف مختلفة، وتطرقنا أيضا إلى التكنولوجيا في العمل المصرفي حيث أن هذه الأخيرة تؤدي إلى تقليل التكاليف في العمليات المصرفية وزيادة ربحية البنك، أما فيما يخص المبحث الثاني فقد خصصناه للعميل المصرفي الذي يعتبر المحور الأساسي لنمو واستمرار البنك، حيث يجب على هذا الأخير الاهتمام برضا العميل من خلال عدة وسائل وأساليب أهمها تقديم خدمات تتلاءم مع رغباته وحاجاته وأيضا يمكن توطيد علاقته بالعميل من خلال الاقتراحات والمساعدة والمشورة البيعية كل هذه العناصر تؤدي إلى رضا العميل ومن ثم ولاءه للبنك .

الفصل الثالث

دراسة حالة بنك الجزائر

الخارجي

BEA

تمهيد:

بعدها استعرضنا في الفصلين السابقين الجانب النظري لهذا الموضوع، حاولنا في هذا الفصل التطرق إلى الجانب التطبيقي المرتبط بالموضوع، حيث سنتناول في المبحث الأول التعريف بالوكالة التي كانت محل الدراسة والمتمثلة في البنك الجزائري الخارجي "BEA" وكذا الهيكل التنظيمي وأيضاً الخدمات التي يقدمها والتكنولوجيات المستعملة في هذا الأخير، أما فيما يخص المبحث الثاني سنتناول فيه الطريقة التي تم اعتمادها في اختيار مجتمع وعينة الدراسة والأدوات التي عالجنا عن طريقها بيانات الدراسة الميدانية، لنصل في الأخير إلى الوقوف على مجموعة من النقائص الموجودة بالوكالة وإعطاء بعض الاقتراحات التي من شأنها أن تسهل من عصرة النظام المصرفي وتسمح له من التأقلم مع متطلبات العمل المصرفي الحديث.

المبحث الأول: دراسة تعريفية لبنك الجزائر الخارجي (BEA)

لقد أجريت دراسة حالة بوكالة بنك الجزائر الخارجي BEA لولاية الوادي، وبالتالي سوف نقوم بالحديث عن المديرية العامة للبنك، وبعد ذلك سنتحدث عن الوكالة، وهذا راجع لكون أن المديرية تقوم بإصدار الأوامر و التعليمات وما على الوكالات التابعة لها إلا تنفيذ الاستراتيجيات والسياسات.

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن البنك BEA

انشأ بنك الجزائر الخارجي بتاريخ 1967/01/01 بموجب الأمر 204/67، وفي هذا التاريخ كان القطاع المصرفي وصل حلقتة وهو يحمل صفة بنك الودائع التابع للدولة ومن ثم توسعت وظائفه عام 1970. هو بنك الودائع لكل البنوك الأخرى يتعامل مع أشخاص معنويين وطبيعيين ويخضع لقواعد القانون التجاري. والمهمة التي أعطيت لبنك الجزائر الخارجي هي توفير معلومات تجارية للمؤسسات تسمح لهم بشراء وبيع في أحسن الشروط وذلك بمراعاة التطور التجاري العالمي، وقد ضم خمس (05) بنوك أجنبية هي:¹

✓ القرض الليوني الذي أمم في 12 أكتوبر 1967؛

✓ الشركات العامة؛

✓ قرض الشمال؛

✓ البنك الصناعي للجزائر وحوض المتوسط؛

✓ باركليز بنك؛

ومن بين مهام البنك:

- ترقية الصادرات من المواد المصنعة لجميع نشاطات الاقتصاد الوطني، بداية من الصناعات الغذائية و الميكانيكية إلى الصناعات البترولية؛

- وضع اتفاقيات و إتمادات مع البنوك الأجنبية، كما انه يمارس كل العمليات المصرفية التقليدية؛

وأصبح بنك الجزائر الخارجي مؤسسة وطنية عمومية اقتصادية في سنة 1988، حيث أصبح مختصا

في تمويل التجارة الخارجية وكذلك يقوم بعمليات أخرى منها:

¹ حياة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008، ص ص 185+184.

- المشاركة في بنوك أجنبية؛
- يقوم بتكفل الموردين والمصدرين من خلال ضماناتها؛
- يقوم بإجراء عقود التعاملات المصرفية مع البنوك الأجنبية؛
- توفير المعلومات للموردين والمصدرين الجزائريين حول إمكانية البيع والشراء.

وفي الأخير بنك الجزائر الخارجي هو بنك مدرج ضمن القانون التجاري، وهو بدوره يخضع للقوانين التي تخضع لها النقود والقروض وتمثل غايته الأساسية في تطوير العلاقات الاقتصادية الجزائرية مع البلدان الأخرى في إطار تطوير الاقتصاد الوطني.

المطلب الثاني: تقديم وكالة بنك الجزائر الخارجي بالوادي "BEA"

أولاً: التعريف بالوكالة

تقع وكالة بنك الجزائر الخارجي BEA بالوادي في حي 400 مسكن بعاصمة الولاية، تحتل موقعا استراتيجيا في وسط المدينة، تم تدشين مقر بنك الجزائر الخارجي - وكالة الوادي - في يوم 11 ذو القعدة الموافق لـ: 2003/01/14 من طرف والي الولاية، من خدماته يتم الاتصال بالزبائن وتلبية طلباتهم، فهي تعتبر كمنفذ توزيع لنفس الخدمات التي تقدمها جميع البنوك الأخرى، فهي بنك إيداع يتلقى الودائع ويسلم القروض بنسب فائدة متغيرة وبأنواعها المختلفة قصيرة ومتوسطة الأجل.

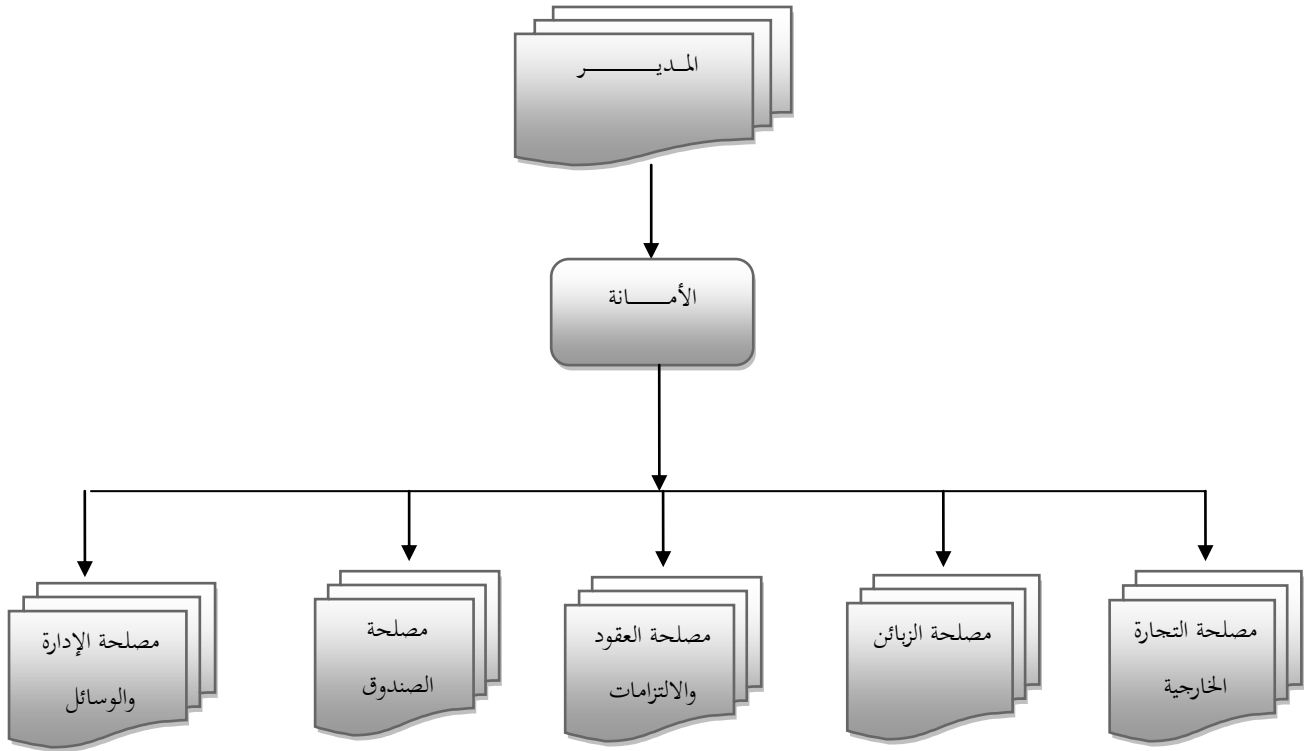
كما توظف الوكالة 21 موظفا يتوزعون بين إدارات وأعوان تحكيم وأعوان تنفيذ.

ثانياً: الهيكل التنظيمي للوكالة

تشمل وكالة الوادي على المديرية العامة إضافة إلى خمسة (05) مصالح مقسمة لعدة أقسام وفق

الهيكل التنظيمي التالي:

الشكل رقم (1.3) الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الجزائر الخارجي



المصدر: وكالة بنك الجزائر الخارجي 2015

- 1) **مدير الوكالة:** يعتبر الممثل الرئيسي للبنك الخارجي الجزائري على مستوى ولاية الوادي، حيث يتحمل إبرام وتوقيع كل العقود والاتفاقيات ومختلف الوثائق، ومن مهامه أيضا مراقبة جميع المصالح التابعة للوكالة، وكذلك يقدم تقريرا دوريا للمديرية العامة عن انجاز الأعمال والبرامج المتعلقة بالبنك.
- 2) **الأمانة (نائب المدير):** من مهامها تسهيل أعمال المدير، والذي بدوره يتدخل في شؤون سيرها وتنظيمها، كما تقوم باستقبال العملاء الذين قدموا طلبات الحصول على القروض والاتصال بالعملاء عند الحاجة، واستقبال البريد والمكالمات الهاتفية.
- 3) **مصلحة التجارة الخارجية:** إن هذه المصلحة موجودة تحت رئاسة نائب المدير وهي مكلفة بالقضايا والعلاقات الدولية، حيث تلعب دورا حساسا في البنك الخارجي وتعتبر أهم مصلحة وتقوم بالوظائف التالية:

- تهتم بتسيير المديونية الخارجية ومتابعتها؛
- إنشاء علاقات اقتصادية خارجية من أجل إنعاش قطاع التجارة الخارجية؛

4) **مصلحة الزبائن:** يتم عن طريق هذه المصلحة ربط جهاز منسجم مكلف بالزبائن، وهي خلية تقوم بدراسة الملفات وتقييم المخاطر حول كل الملفات المدروسة.

5) **مصلحة العقود والالتزامات:** وتتكون من قسم إدارة الالتزامات والتي تقوم بمنح ومتابعة الالتزامات بالإضافة إلى تلقي الضمانات وتحصيل المستحقات، وهناك قسم مختص بالنزاعات.

6) **مصلحة الصندوق:** تتكون هذه المصلحة من ثلاث شبائيك ، شباك خاص بالصكوك، وشباك خاص بالدينار الجزائري، وآخر خاص بالعملات الأجنبية، وتحتوي وكالة الوادي على قطاع التحويلات ويستعمل موظفي مصلحة الصندوق أجهزة من نوعية (HTC) تقوم بمتابعة حسابات الزبائن، شراء العملات الأجنبية وبيعها... الخ .

7) **مصلحة الإدارة والوسائل:** تتكون من قسم تسيير الوسائل وتهتم بشؤون الموظفين بالمؤسسة وتكوينهم وقسم الإعلام الآلي وفيه يقوم بتخزين المعلومات في النظام المعلوماتي وقسم الحاسبة الذي يقوم بالمراقبة العامة للحاسبات ويؤكد على صحة اليومية الحاسبية أيضا قسم الشؤون القانونية.

8) **المطلب الثالث: الخدمات المقدمة والتكنولوجيات المستخدمة في البنك**

الفرع الأول: الخدمات التي يقدمها البنك الخارجي لوكالة الوادي

يقدم بنك الجزائر الخارجي لوكالة الوادي مجموعة من الخدمات والمتمثلة في:

1. **الموزع الآلي للأوراق النقدية:** هو عبارة عن جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ المدايات المغناطيسية للبطاقة، بحيث يسمح لكل عميل حامل بطاقة سحب بسحب أمواله 24/سا/24سا، 7 أيام /7 أيام.

2. **الهاتف الجوال:** استعمال هذه الخدمة غير منتشر كثيرا على مستوى الوكالات، وإنما استخدامه يكون من طرف المدير فقط للاتصال بزبائنه الأوفياء والمعروفين لديه، أي الذين يتعامل معهم بكثرة.

3. **عرض أسعار العملات على الخط:** توفر الوكالة خدمة عرض أسعار العملات على اللوحات الموجودة لديها مع إمكانية معرفة قيمة عملة ما كم يقابلها من العملات الأخرى الأجنبية.

4. **البطاقات البنكية:** أو البطاقات الكلاسيكية، وهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف .

الفصل الثالث.. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات المصرفية و تأثيرها على رضا العملاء

بالإضافة إلى خدمات أخرى وهي:

- تمويل كل عمليات التجارة الخارجية والمساهمة في ترقية الصادرات في إطار القانون وقواعد البنوك؛
- فحص كل أنواع القروض الممنوحة، سلفيات كانت أو تسيقات بدون ضمانات أو مع ضمانات ؛
- تسيير العلاقات التجارية بصفة ديناميكية مع الزبائن؛
- تقديم خدمات مركزية للمؤسسات تشمل إعطائها المعلومات الخاصة بالهيآت الأجنبية المتعاملة معها؛
- القيام بجميع العمليات البنكية الحاسبة الخارجية؛
- المحاسبة والمعالجة الإدارية للعمليات مع الزبائن سواء بالعملة المحلية أو بالعملة الأجنبية؛
- تسهر على إعداد وتحليل كذا تسيير الملفات المتعلقة بالقروض التي تمنح للخواص والمؤسسات والصناعات المتوسطة والكبيرة؛
- زيادة وتعجيل احتياجات تمويل المؤسسات والأفراد الذين لهم علاقة مع البنك الخارجي الجزائري.

جدول رقم (1.3) خدمات TIC البنكية التي تشتمل عليها وكالة BEA بالوادي

بنك BEA	خدمة TIC البنكية
X	الموزع الآلي للأوراق النقدية DAB
	نقطة البيع الإلكترونية TPE
X	الهاتف البنكي (المجيب الآلي)
X	المقاصة الإلكترونية
X	التحويل الإلكتروني للأموال
X	خدمات البطاقة
	خدمة الفيديو بنكي
	خدمة الرسائل القصيرة SMS
	خدمة تغيير الرقم السري
	كشف الحساب الإلكتروني مع إمكانية الطباعة
X	طلب دفتر الشيكات عبر الانترنت
X	عرض أسعار العملات على الخط
X	التواصل مع البنك

المصدر: بناء على المعلومات المجمعة من الوكالة

ملاحظة: "علامة (X) تدل على وجود الخدمة في البنك"

الفصل الثالث.. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات المصرفية و تأثيرها على رضا العملاء

جدول رقم (2.3) يوضح خدمة البطاقات البنكية في الوكالة

بنك BEA	خدمة البطاقات البنكية
CIB الكلاسيكية	نوع البطاقة
سنتين قابلة للتجديد	مدة صلاحية البطاقة
البطاقة الكلاسيكية CIB : 350 دج	تكاليف متعلقة بالشراء
تكاليف سنة واحدة هو 700 دج	تكاليف متعلقة بالسحب

المصدر: بناء على المعلومات المجمعة من الوكالة

ملاحظة: تتوفر الوكالة على بطاقة CIB الكلاسيكية فقط

جدول رقم (3.3) يوضح نظام التسيير في الوكالة

بنك BEA	الوكالة
SYSTEM DELTA VERSION 8	النظام

الفرع الثاني: التكنولوجيا المستخدمة في بنك (BEA)

أولاً: تكنولوجيا الإعلام

وتتمثل في:

1. أجهزة الحاسوب: ويتكون من الخادم SERVER وهو الحاسوب الرئيسي لتشغيل الشبكات وهو عبارة عن حاسوب يتميز بالسرعة العالية والطاقة التخزينية الكبيرة لإستعاب البيانات والبرمجيات.
2. المودم: هو عبارة عن لوحة الكترونية تضاف إلى الحاسوب وتستخدم لتهيئة الحاسوب للاتصال بالشبكات من خلال خط الهاتف.
3. محولات الشبكة: هي عبارة عن أجهزة تستخدم لربط حسابات الشبكة بعضها ببعض، وأيضاً لتوجيه البيانات بين الحواسيب ومن هذه الأجهزة الجسر BRIDGE، والبوابة GATEWAY، والموزع HUB.
4. الأجهزة الملحقة: يكن استخدام بعض الأجهزة وربطها بالشبكات مثل الطابعات وأجهزة الفاكس والراستات ويستطيع أي عامل من عمال البنك استخدام هذه الأجهزة.

ثانيا: تكنولوجيا الاتصال

1. **الشبكات الداخلية:** توجد شبكة داخلية في البنك تمكن من ربط اتصال مجموعة من الحواسيب بحاسوب رئيسي، وهناك وصلات سلكية مباشرة ولاسلكية هي:
 - **الوصلات السلكية:** ومنها الكابلات المزدوجة وهي أكثر الوسائل المستعملة، وهناك أيضا الكابلات المحورية وهي جيدة تنقل البيانات والإشارات.
 - **الوصلات اللاسلكية:** تستخدم هذه الأجهزة لتوصيل الحواسيب مع بعضها البعض.
 - **مقوي الإرسال:** وهي أجهزة تستخدم لتقوية إرسال البيانات في الشبكة.
 2. **الشبكات الخارجية:** وهي شبكة واسعة النطاق تربط مجموعة الشبكات المحلية والحواسيب بالمديرية الجهوية التي يتبع إليها البنك، وبهذا يمكن للمديرية العامة مراقبة البنك وسياره أعماله.
 3. **شبكات المقاصة الإلكترونية:** في إطار سياسة العصرية يمنح هذا النظام البنك وسائل دفع وترباط فيما بينها وبين البنوك الأخرى، كما يتم تسوية المدفوعات البنكية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي ضمن خدمة المقاصة الإلكترونية.
- مجتمع الدراسة له مجموعة من الإمكانيات المعتبرة من حيث تجهيزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وهي مبنية وفق الجدول التالي:

الفصل الثالث.. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات المصرفية و تأثيرها على رضا العملاء

جدول رقم (4.3) يبين تجهيزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوكالة محل الدراسة BEA

العدد	تجهيزات TIC
15	الكمبيوتر
12	الطابعات
01	الماسح الضوئي
02	المودم
01	الموجات ONDULEUR
02	الفاكس
00	الناسخ
02 + 09 خطوط أمنية + خط للحماية المدنية Is	الهاتف الثابت
04	كاشفة الأوراق النقدية المزورة
01	الهاتف المحمول
16	كاميرات المراقبة
03	حاسبة الأوراق النقدية
68	المجموع

المصدر: مقابلة مع مدير الوكالة

المبحث الثاني: الدراسة الميدانية لبنك BEA

سنحاول في هذا المبحث الوقوف على تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنك وتأثيرها على العميل المصرفي في بنك الجزائر الخارجي لوكالة الوادي (BEA) من خلال عملية الاستبيان التي مست كل الجوانب المتعلقة بهما وعليه سيتضمن هذا الجزء مختلف مراحل انجاز دراستنا الميدانية بدءا باستعراض أدوات الدراسة المعتمدة ووصولاً إلى نتائجها كما يلي:

المطلب الأول: أدوات الدراسة الميدانية

اعتمدنا في إعداد دراستنا على أداتين هما المقابلة الشخصية والاستبيان، وهذا راجع لنوعية البيانات المطلوبة والمتعلق بآراء واتجاهات العملاء اتجاه الممارسات الفعلية في الوكالة ومدى رضاهم عن الخدمات المعروضة.

أولاً: المقابلة الشخصية

بهدف الحصول على معلومات دقيقة وذات مصداقية قمنا بمقابلة بعض الموظفين من خلال طرح بعض الأسئلة الشفوية المتعلقة بموضوع الدراسة، وتسجيل الأجوبة، حيث استخدمناها في هذه الدراسة باعتبارها الأداة الأنسب بين الأدوات المستخدمة في المنهج الوصفي ولا سيما فيما يتعلق بدراسة الحالة.

ثانياً: الاستبيان

يعتبر الاستبيان الأداة الأكثر استخداماً من طرف الباحثين لجمع البيانات بشكل علمي، ومما يؤكد أهمية هذه الأداة هي أن الأداة السالفة الذكر (المقابلة الشخصية) تستخدم عادة كأداة مكملة لعملية الاستبيان في التطبيق العملي، ولذلك سيتم التركيز في دراستنا هذه على عملية الاستبيان.

المطلب الثاني: إجراءات تحضير إنجاز الاستبيان

بهدف جمع البيانات والمعلومات الميدانية بشكل علمي اعتمدنا على أسلوب الاستبيان المكون من مجموعة من الأسئلة المصممة لهذه الدراسة في بنك (BEA)، وفيما يلي نقوم بعرض مختلف مراحل تصميم الاستبيان:

1. أهداف الاستبيان: يهدف الاستبيان الموجه لفئة العملاء إلى:

- قياس آراء العملاء اتجاه التكنولوجيا المستخدمة في البنك.
- معرفة مدى رضا العملاء عن خدمات بنك BEA من خلال التعبير عن صعوبات حصولهم على الخدمات البنكية وكذا معايير تفضيلهم لإحدى الخدمات دون غيرها.
- معرفة آمال وتطلعات العملاء من خلال اقتراحاتهم.

2. تكوين عينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء بنك BEA، حيث تشكلت عينة الدراسة من 80 عميلاً من مختلف عملاء البنك، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، ولكن واجهتنا صعوبات جمة في عملية الاستقصاء بسبب عدم مساهمة مسيري وكالة BEA في إعطائنا قوائم وأسماء وعناوين العملاء تحت حجة سر المهنة لأنه كان هدفنا جمع أكبر عدد ممكن من المجتمع المدروس لأننا نعلم أنه كلما كبر حجم العينة كلما كانت نتائجه مرضيه ولها حلول، المشكلة الثانية التي واجهتنا هي عدم استعداد أفراد مجتمع العينة بالمساهمة في الإجابة على الاستبيان إلا أننا بذلنا قصارى جهدنا واستعملنا معارفنا الشخصية حتى نجمع أكبر عدد ممكن من الاستبيانات، سواء تعلق الأمر بالأفراد الذين تمت مقابلتهم في الوكالة البنكية أو عن طريق أشخاص مقربين منهم.

3. أداة الدراسة:

لقد تم إعداد هذا الاستبيان حول موضوع أثر مساهمة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال على رضا العميل المصرفي، حيث يعتبر هذا الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة، بالإضافة إلى المعلومات المتحصل عليها من خلال ملاحظة ومقابلة مسيري وموظفي البنك.

ويتكون استبيان الدراسة من قسمين رئيسيين وهما:

القسم الأول: ويتمثل بأسئلة تخص السمات الشخصية للفئة المبحوثة وتتمثل في العوامل الديمغرافية وهي:

- **الجنس:** والهدف منه الاطلاع على هل أن الخدمات المصرفية تشمل الجنسين، وبالتالي تكون واسعة الانتشار، أم هل هي تركز على جنس دون آخر؛
- **السن:** وكان الهدف منها هو معرفة هل البنك يتعامل مع مختلف فئات الأعمار؛
- **المستوى التعليمي:** وذلك للإطلاع على تأثير الثقافة على الفرد في إدراكه للمصرف للتعامل معه؛
- **الوظيفة:** وذلك لمعرفة هل المنتجات و الخدمات المصرفية تشمل جميع الأفراد من ميادين نشاط مختلفة أم تركز على بعض القطاعات دون الأخرى .

القسم الثاني: وهو عبارة عن محاور الدراسة، حيث اشتملت على 21 عبارة موزعة على محورين وهما:

• **المحور الأول:** " مدى تطبيق التكنولوجيا في بنك BEA "

ويتكون هذا المحور من 13 عبارة تعكس تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تعرضنا إليها في الدراسة النظرية ، ومحاولة معرفة مدى تطبيقها في البنك الخارجي الجزائري .

• **المحور الثاني:** " مدى رضا العميل عن بنك BEA "

ويتكون هذا المحور من 08 عبارات، حيث تبرز عبارات هذا المحور عن درجة رضا العملاء عن الخدمات المقدمة وعلى موظفي بنك الجزائر الخارجي .

وقد تم استخدام مقياس ليكرات لقياس استجابة المبحوثين لفقرات الإستبيان، ويعتبر هذا المقياس أكثر شيوعا حيث يطلب فيه المبحوث أن يحدد درجة موافقته أو عدم موافقته على الخيارات المحددة وهو كالتالي:

جدول رقم (5.3) درجة مقياس ليكرات

الاستجابة	غير موافق	محايد	موافق
الدرجة	03	02	01

وحتى تتمكن من قياس الاتجاهات فإننا نقوم بإعطاء نقاط أو درجات إلى هذه الاختبارات تندرج من (01) إلى (03) كما هو مبين في الجدول أعلاه .

4- صدق الإستبيان:

نقصد بصدق الإستبيان بأن نقيس أسئلة استبيان ما، فبعد صياغة الاستبيان بمساعدة وتوجيه الأستاذ المشرف، عرض الاستبيان على بعض الأساتذة بالجامعة لدراسة مدى دقة وصدق العبارات ودرجة ملائمتها لأهداف الدراسة، وفي ضوء التعديلات المقترحة، تم إعادة النظر في بعض العبارات من الحذف وتعديل إلى أن خرج الاستبيان في صورته النهائية للتوزيع.

5- ثبات الإستبيان:

يقصد بثبات الإستبيان أن يعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبيان يعني الاستقرار في النتائج وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات.

وقد تم التحقق من ثبات الاستبيان الموجه للدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha Coefficient وذلك كما يلي:

جدول رقم (6.3) يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبيان

الصدق	معامل ألف كرونباخ	المحور	
0.917	0.841	مدى تطبيق التكنولوجيا في بنك BEA (13 عبارة)	1
0.933	0.871	مدى رضا العميل عن بنك BEA (08 عبارات)	2
0.953	0.908	جميع عبارات الإستبيان (23 عبارة)	

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات SPSS

واضح من النتائج الموضحة في الجدول () أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة وتتراوح بين 0.841 و 0.871 بالنسبة لمحوري الإستبيان على التوالي، وكانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الإستبيان 0.908 وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع ويكون الإستبيان في صورته النهائية كما هو الملحق رقم (01) قابل للتوزيع.

5- الأدوات الإحصائية والبرامج المستخدمة:

استخدمنا أساليب الإحصاء الوصفي لإظهار العينة واختبار الفرضيات ومن أهمها البرنامج الإحصائي Satatistical Package For Social Science (SPSS) والذي استخدمناه في حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية، وبعد إتمام عملية تجميع البيانات وتبويبها، استعنا بالحاسب الآلي واستخدمنا إحدى برامج التطبيقات الإحصائية الجاهزة المعتمدة في الدراسات Microsoft Excel 2007.

المطلب الثالث: عرض وتقييم نتائج الإستبيان

أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية

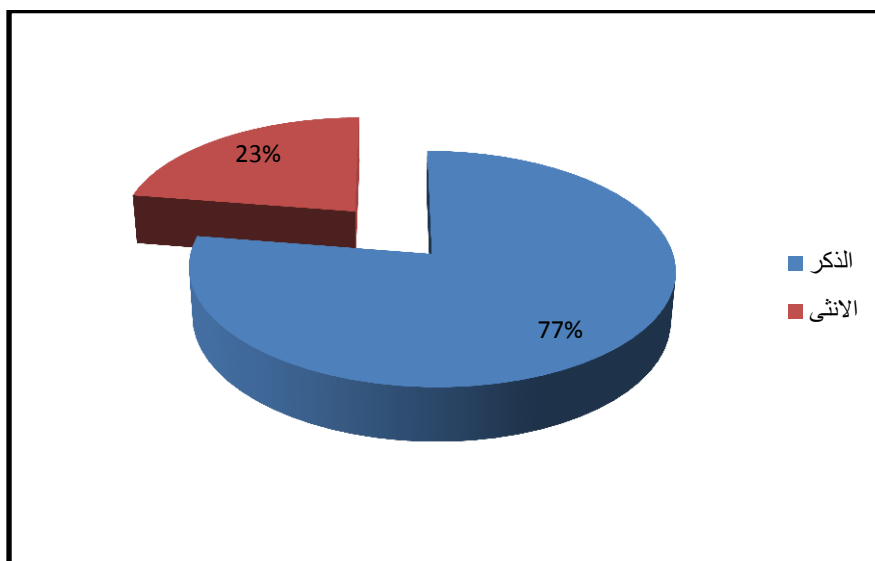
1) توزيع أفراد العينة حسب الجنس

جدول رقم (7.3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة %	العدد	الجنس	
77	62	ذكر	1
23	18	أنثى	2
100	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مما سبق

الشكل رقم (2.3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس



الفصل الثالث.. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات المصرفية و تأثيرها على رضا العملاء

يوضح الشكل (2.3) اختلاف النسبة المئوية بين تنوع الجنس للفئة المبحوثة، وكانت أعلى نسبة هي من العملاء المستجوبين من فئة الذكور بنسبة 77 % في المرتبة الأولى وجاءت نسبة الإناث في المرتبة الثانية.

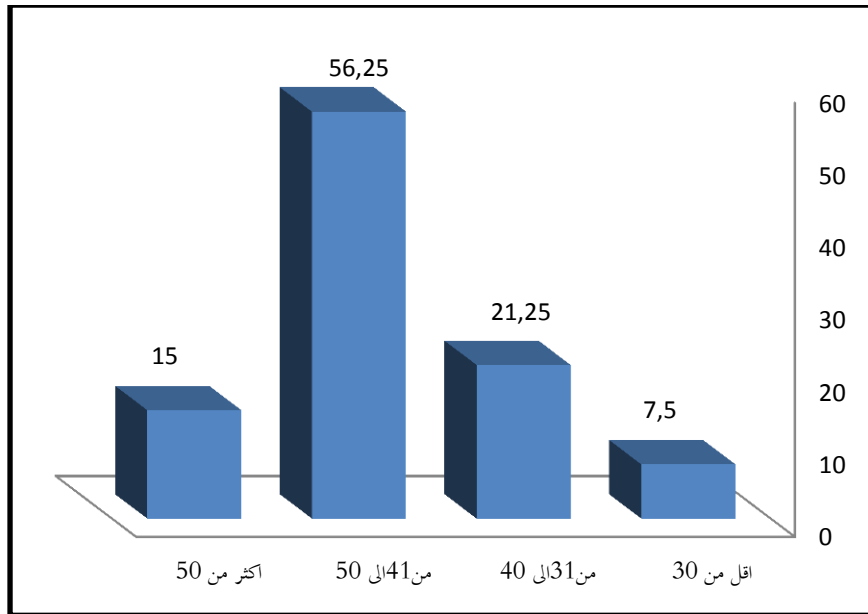
(2) توزيع أفراد العينة حسب السن

جدول رقم (8.3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

العدد	النسبة %	العمر	
6	7.5	أقل من 30 سنة	1
17	21.25	من 31 إلى 40 سنة	2
45	56.25	من 41 إلى 50 سنة	3
12	15	أكثر من 50 سنة	4
80	100	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مما سبق

الشكل رقم (3.3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن



يوضح الشكل (3.3) اختلاف النسب المئوية بين الأعمار للفئة المبحوثة، وبناء على الجدول أعلاه نلاحظ أن الفئة الأكثر تعاملًا مع وكالة BEA بالوادي تتراوح أعمارهم من 41 إلى 50 سنة فهي تمثل 56.25 % من مجموع العملاء المستقصين، وعليه فإن نسبة 60 % من عملاء وكالة الوادي تتراوح أعمارهم من 30 سنة إلى 50 سنة، ويعود ذلك إلى أن هذه الفئة هي الأكثر اندماجًا في عالم الشغل، بينما عندما يرتفع السن عن 50 سنة ينخفض عدد العملاء، فعلى وكالة BEA الاهتمام بهذه الفئة لأنها بإمكانها جذب فئات أخرى والتأثير عليها.

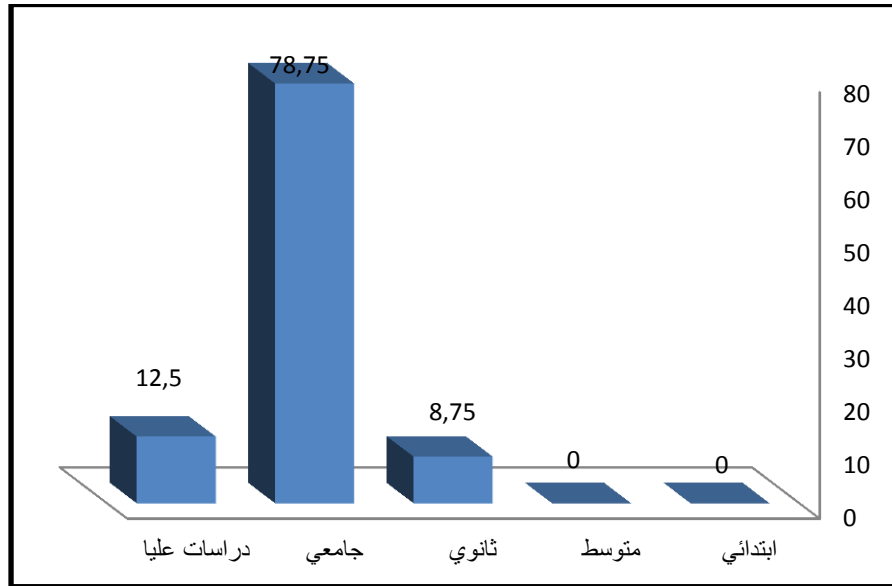
3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

جدول رقم (9.3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة %	العدد	المستوى التعليمي	
0	0	ابتدائي	1
0	0	متوسط	2
8.75	7	ثانوي	3
78.85	63	جامعي	4
12.5	10	دراسات عليا	5
100	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مما سبق

الشكل رقم (4.3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



من خلال الجدول والأشرطة البيانية أعلاه نلاحظ أن نسبة 78.75% من المستقصين ذوي تكوين جامعي، أما نسبة المستقصين ذوي دراسات العليا فتقدر بـ 12.5%، ونسبة العملاء ذوي تكوين ثانوي فتقدر بـ 8.75%، معنى ذلك أن حوالي 91.25% من العملاء المستقصين يتراوح مستواهم بين الجامعي والدراسات العليا وهي نسبة مهمة في صالح وكالة BEA من أجل تثقيفهم عن الخدمات المصرفية المقدمة، وفي المرتبة قبل الأخيرة والأخيرة تنعدم هذه الفئة بالنسبة للوكالة وهذه نقطة سلبية للوكالة، فيجب عليها الأخذ بعين الاعتبار بالنسبة لهذه الفئة.

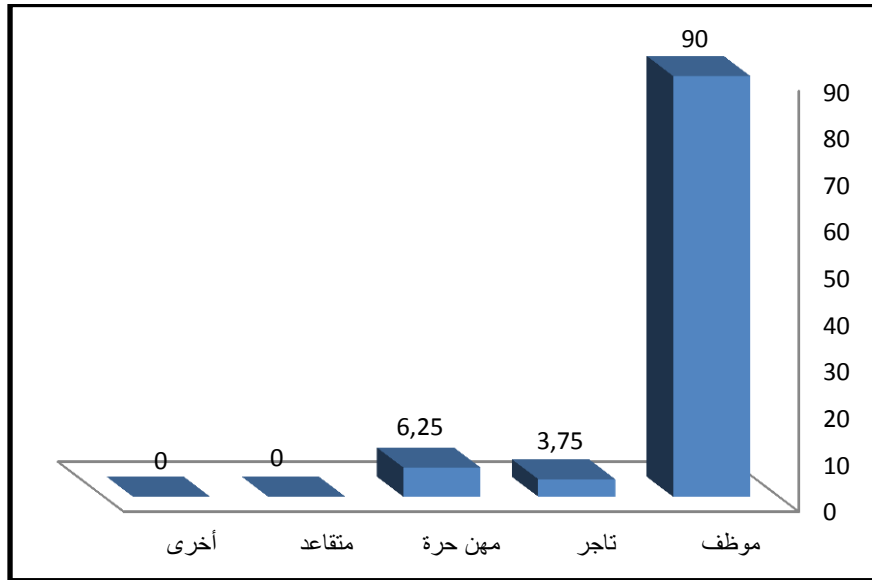
(4) توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة:

جدول رقم (10.3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	العدد	النسبة
1 موظف	72	90
2 تاجر	3	3.75
3 مهن حرة	5	6.25
4 متقاعد	0	0
5 أخرى	0	0
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مما سبق

الشكل رقم (5.3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة



نلاحظ من خلال الجدول والبيانات السابقة أن معظم العمليات المصرفية التي تقوم بها وكالة BEA بالوادي تتم مع فئة الموظفين، إذ تمثل نسبة 90% من مجموع العملاء المستقصرين، ثم تليها فئة المهن الحرة بنسبة 6.25 %، وفئة التجار بـ 3.75 %، في حين نجد أن فئة المتقاعدين والمهن الأخرى لا تتعامل مع الوكالة بحسب رأينا.

وما يمكن استخلاصه أن معظم زبائن وكالة BEA هم من فئة الموظفين، وهذه نقطة سلبية ليست في صالح الوكالة، لذا على وكالة BEA الاهتمام بجذب عملاء جدد من القطاعات الأكثر حيوية مثل فئة التجار والمهن الحرة، لأن بإمكانهم تزويد الوكالة بالموارد المالية وزيادة نشاطها المصرفية.

ثانيا: تحليل وتفسير محاور الدراسة

المحور الأول: " تطبيق التكنولوجيا في بنك BEA "

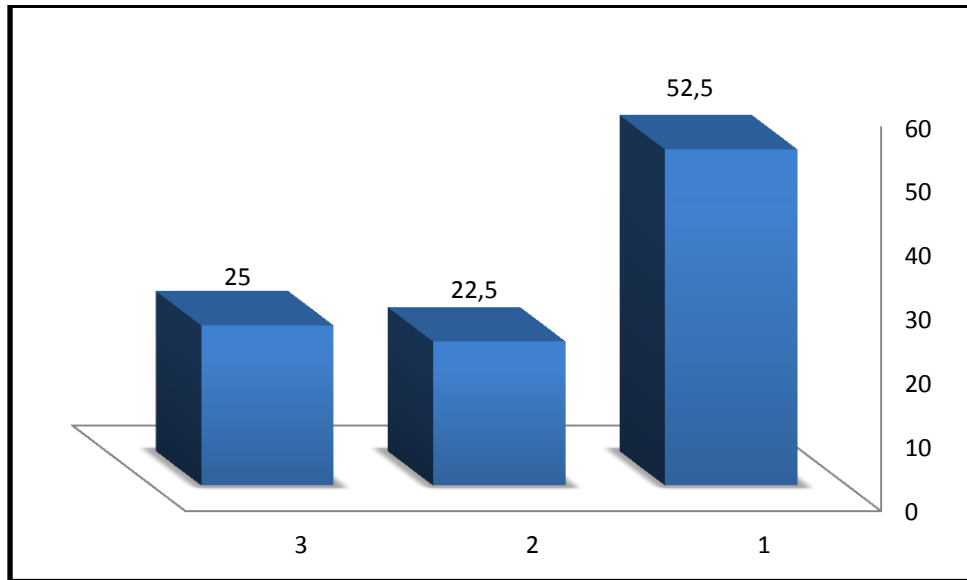
العبارة رقم 1: " تشعر أن البنك يمتلك مكونات حديثة ومتطورة تواكب التطورات الحديثة "

جدول رقم (11.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 1

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
52.5	52.5	42	42	غير موافق	1
75	22.5	60	18	محايد	2
100	25	80	20	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (6.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 1



من خلال الشكل البياني أعلاه نلاحظ أن نسبة 52.5 % من المستجوبين صرحوا بعدم موافقتهم على أن البنك يمتلك وسائل متطورة، ثم تليها نسبة 25 % أبدت موافقتها ، في حين أن 22.5 % التزمت هذه الفئة الحياد، وعموما يجب على البنك أن يقوم بامتلاك وسائل تواكب خدمات العملاء، لأنها تعتبر من عوامل استقطابهم.

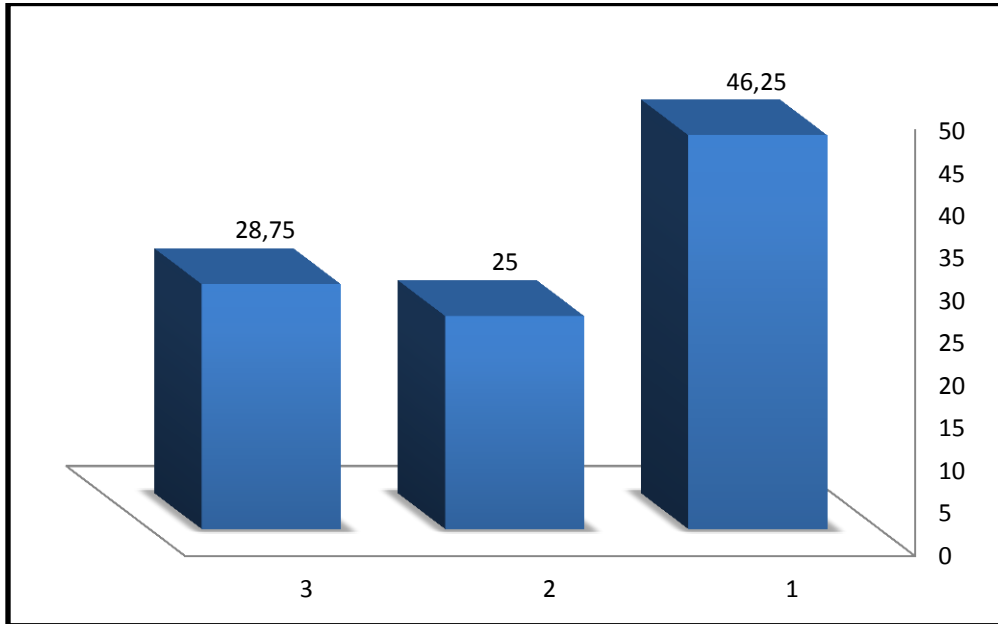
العبارة 2: " يلجأ بنك BEA إلى استخدام أساليب حديثة في الترويج عن خدماته "

جدول رقم (12.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 2

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
46.25	46.25	37	37	غير موافق	1
71.25	25	57	20	محايد	2
100	28.75	80	23	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (7.3) يوضح درجة موافقة مستجوبين على العبارة 2



يبدو واضحاً من خلال الإجابات الواردة من المستجوبين بأن الوكالة لا تستخدم الأساليب الحديثة في الترويج عن خدماتها حيث قدرت هذه النسبة بـ 46.25%، بينما قدرت نسبة الموافقة بـ 28.75%، كما نلاحظ أن نسبة 25% من العملاء التزمت الحياد.

وعلى العموم يمكن القول بأنه يجب على وكالة BEA إعادة النظر في استعمال الوسائل المخصصة لإعلام العملاء خاصة فيما يتعلق بالتلفزيون والإذاعة، أما فيما يتعلق بالملصقات وان كانت تبدو وسيلة فعالة في بعض الأحيان، إلا أنه يجب تحسينها عن طريق معرفة مكان وضعها والاختيار الدقيق للشعارات التي يحملها.

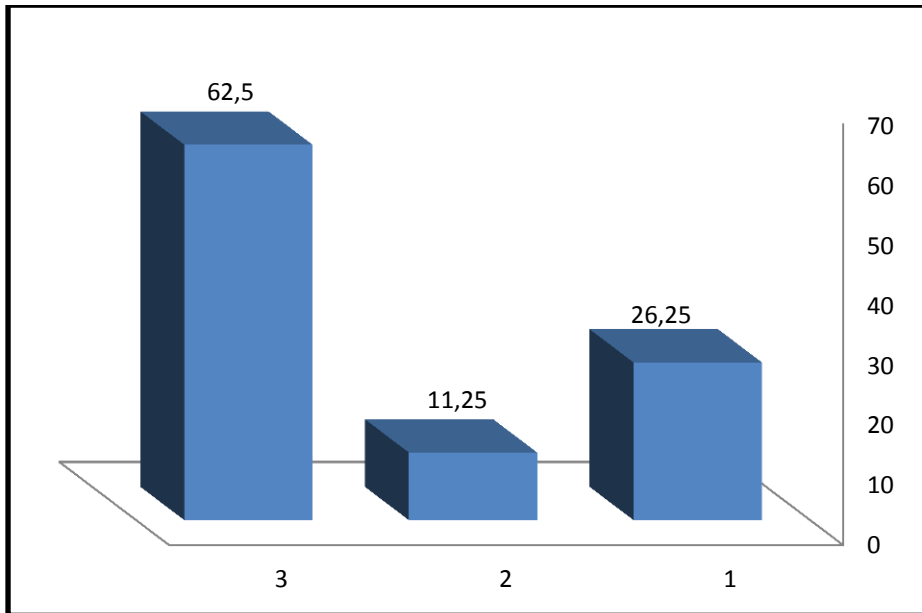
العبارة 3: " تتميز خدمات البنك بتنوع كبير تتلاءم واحتياجاتك "

جدول رقم (13.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 3

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
26.25	26.25	21	21	غير موافق	1
37.5	11.25	30	09	محايد	2
100	62.5	80	50	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (8.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 3



من خلال الشكل البياني نلاحظ أن نسبة 62.5 % من العملاء المستقصين صرحوا بدرجة موافق لتنوع الخدمات البنكية لوكالة BEA، وهذه نسبة جيدة وملائمة تدل على أن البنك يعمل بكافة جهوده من أجل تنويع خدماته بينما بقيت نسبة 37.5 % توزعت بين عدم الموافقة والحيد، وهذا يمكن إرجاعه إما لعدم معرفة هؤلاء للخدمات المقدمة من طرف الوكالة لأن تعاملهم معها محدود، أو لنقص الحملات الإعلامية من طرف البنك للتعريف بمختلف خدماته ومنتجاته.

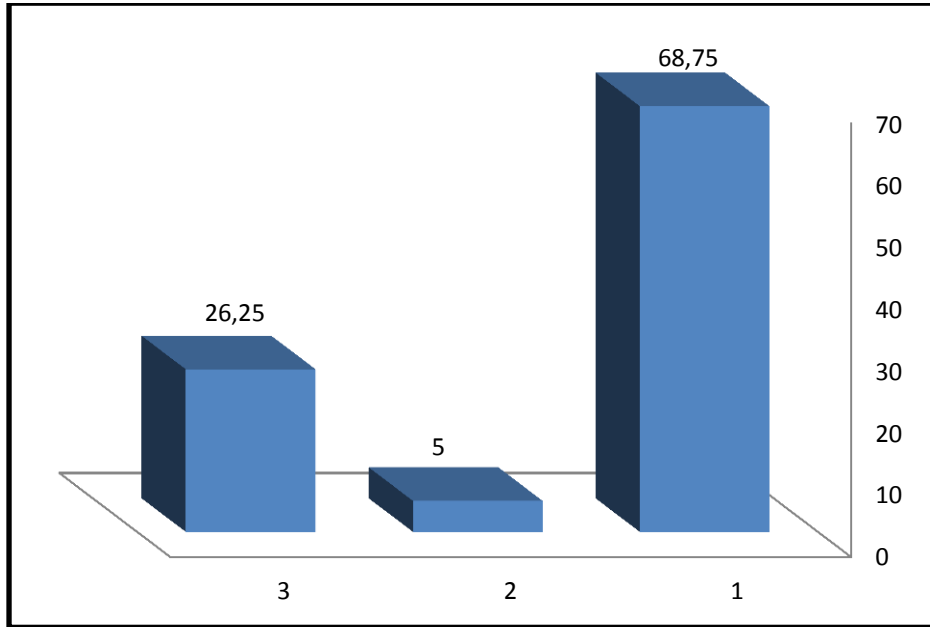
العبارة 4: " تستعملون جهاز الموزع للأوراق النقدية بصفة دائمة "

جدول رقم (14.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 4

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
68.75	68.75	55	55	غير موافق	1
73.75	5	59	04	محايد	2
100	26.25	80	21	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (9.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 4



فيما يخص هذه العبارة فيتفق أغلبية المستجوبين والذين يقدرون بـ 55 عميلا بعدم استعمالهم لجهاز الموزع للأوراق النقدية بصفة دائمة، ويعزى ذلك لعدم وجود عنصر الثقة من طرف العملاء، في حين أن نسبة قليلة من العملاء أبدوا موافقتهم في استعمال جهاز موزع الأوراق النقدية.

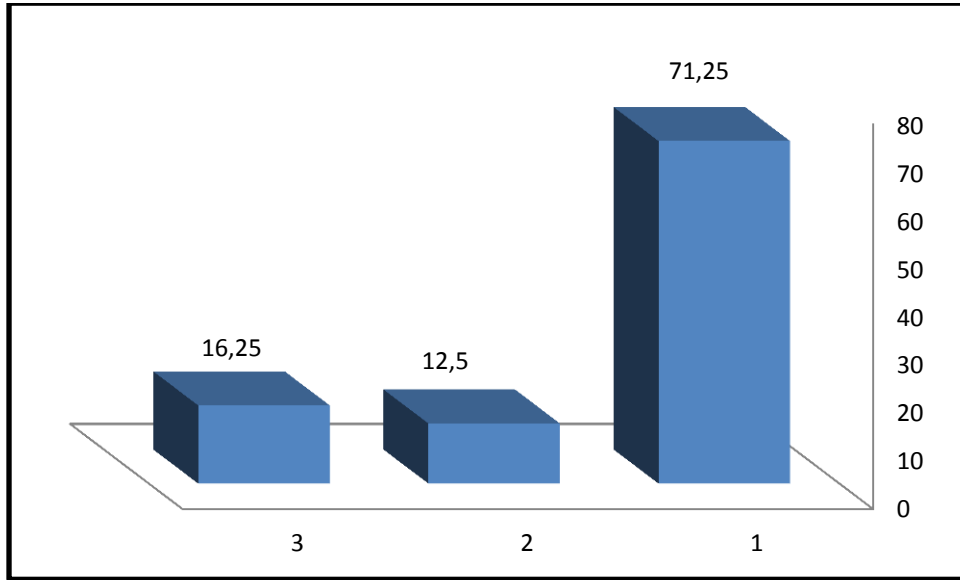
العبارة 5: " تستطيع الحصول على الخدمات البنكية في أي وقت تشاء "

جدول رقم (15.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 5

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
71.25	71.25	57	57	غير موافق	1
83.37	12.5	67	10	محايد	2
100	16.25	80	13	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (10.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 5



نلاحظ ما الشكل أعلاه أن عدد معتبر من العملاء صرحوا بعدم موافقتهم على إمكانية الحصول على الخدمات في أي وقت يريدون، ويقدر هذا العدد بـ 57 من العملاء المستقصين، ويمكن تفسير هذا بأن أوقات العمل للوكالة تتزامن مع أوقات عمل العملاء، وهذه المشكلة موجودة تقريبا في أغلب البنوك الجزائرية، فعلى بنك BEA الأخذ بعين الاعتبار أوقات الأعياد والعطل.

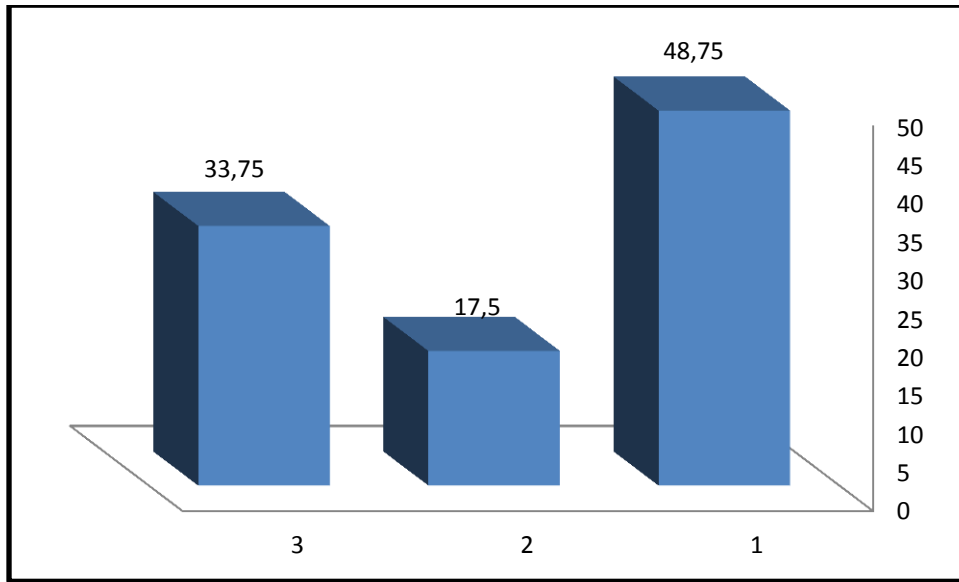
العبارة 6: "يعرض بنك BEA خدماته عبر الانترنت "

جدول رقم (16.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 6

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
48.75	48.75	39	39	غير موافق	1
66.25	17.5	53	14	محايد	2
100	33.75	80	27	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (11.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 6



نلاحظ مما سبق أن نسبة تقدر بـ 48.75 % من فئة المستقصين صرحت بعدم موافقتهم على عدم عرض خدمات البنك على الانترنت، ثم تليها نسبة 33.75 % أقرت عكس ذلك في حين أن نسبة 17.5 % التزمت بالحياد فبالرغم من أن الوكالة تعرض خدماتها عبر الانترنت إلا أننا نلاحظ أن نسبة معتبرة من العملاء لا تدرك ذلك، لذا يجب على الوكالة توعية عملائها عن طريق إعلامهم عن هذه الخدمة المقدمة وذلك بمختلف الوسائل الإعلامية والترويجية .

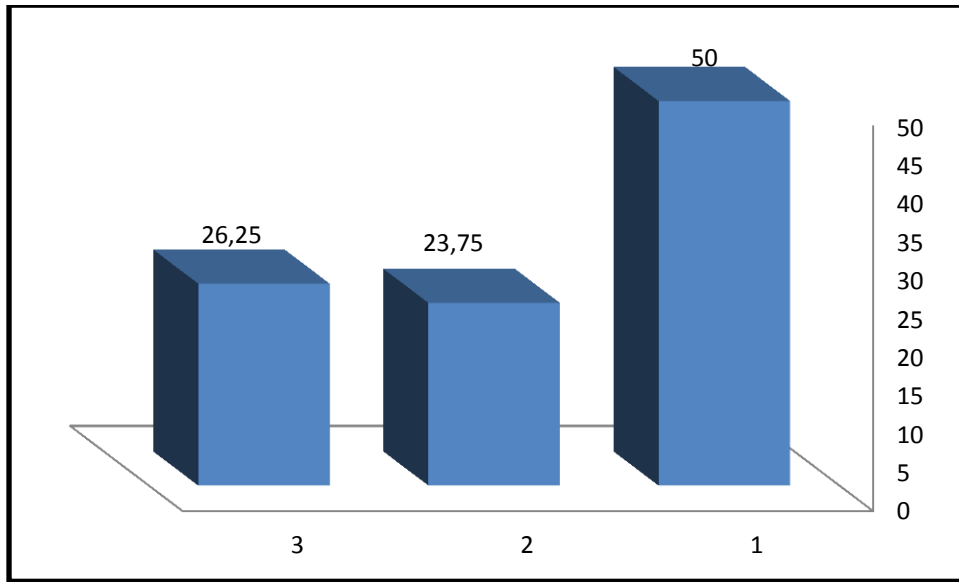
العبارة 7: " تتوفر لديكم فكرة واضحة عن الخدمات التي يقدمها بنك BEA "

جدول رقم (17.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 7

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
26.25	26.25	21	21	غير موافق	1
50	23.75	40	19	محايد	2
100	50	80	40	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (12.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 7



مما يتضح من خلال الشكل أعلاه أن نسبة 26.25 % فقط من العملاء من لديهم فكرة واضحة عن الخدمات المقدمة من طرف وكالة BEA، وهي نسبة قليلة تدل على النقص الكبير في نجاعة وفعالية العنصر الترويجي الذي تقوم به الوكالة، وهذا راجع إما لنقص الحملات الإعلامية أصلاً أو إما لعدم ملائمتها من حيث أماكن إجرائها، وإما من حيث محتواها وطريقة تقديمها، وهذا ما يفسر كذلك أن نسبة 23.75 % التزمت الحياد، في حين أن النسبة الكبرى لهذه الفئة والتي تقدر بـ 50 % من العملاء المستقصين أبدت عدم موافقتها على هذه العبارة.

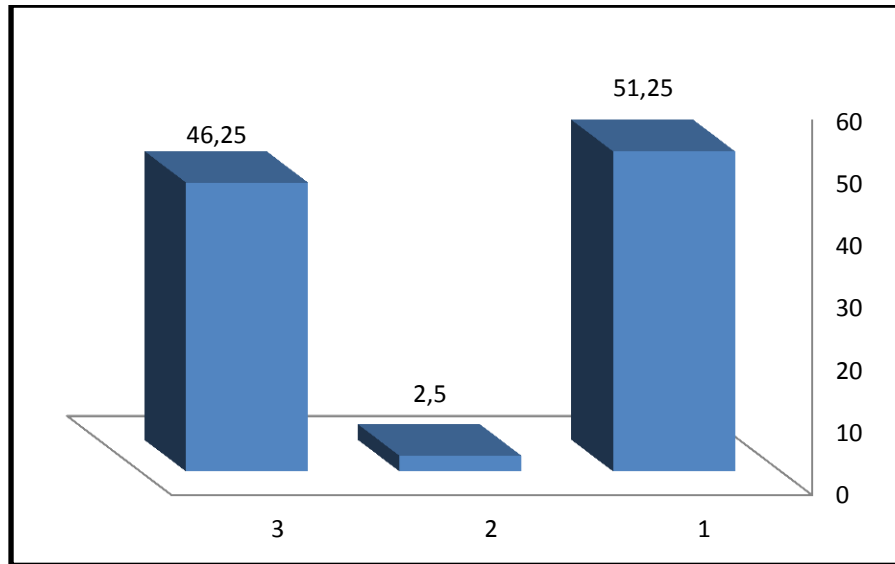
العبارة 8: " تجد سهولة في الحصول على المعلومات التي يقدمها بنك BEA "

جدول رقم (18.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 8

الترام	النسبة	الترام	التكرار		
51.25	51.25	41	41	غير موافق	1
53.75	2.5	43	02	محايد	2
100	46.25	80	37	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (13.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 8



بناء على الشكل المدرج أعلاه نلاحظ أن نسبة العملاء الذين صرحوا بموافقتهم على سهولة الحصول على المعلومات التي تقدمها الوكالة BEA تقدر بـ 46.25 % وهي نسبة متقاربة نوعاً ما مع نسبة العملاء الذين أبدوا عكس ذلك والتي تقدر بـ 51.25 % لذا يجب على البنك الاهتمام بهذه الفئة ومحاولة تزويدهم بأكثر قدر من المعلومات عن الخدمات المقدمة من طرف الوكالة، وذلك بالاعتماد على وسائل إعلام فعالة .

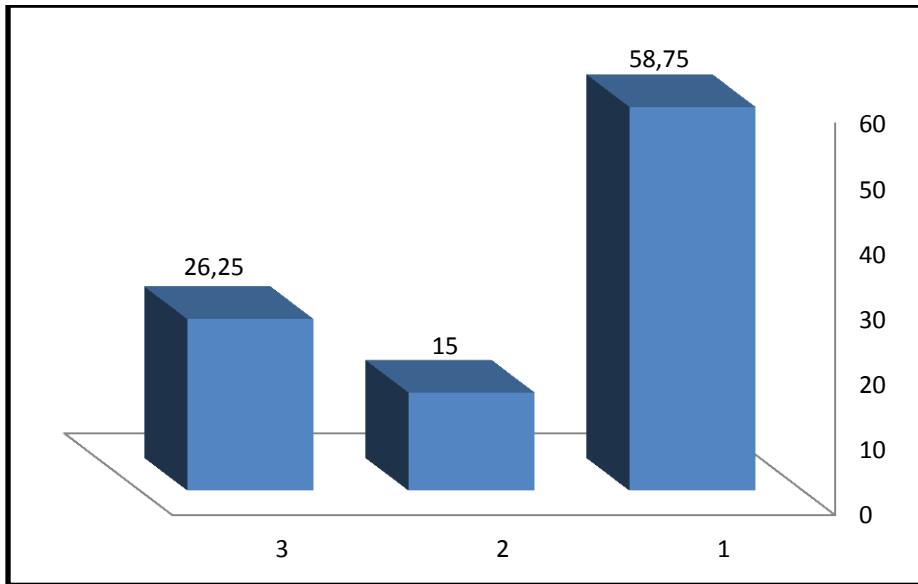
العبارة 9: " يساهم بنك BEA في تسهيل عملياتك البنكية "

جدول رقم (19.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 9

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
58.75	58.75	47	47	غير موافق	1
73.75	15	69	12	محايد	2
100	26.25	80	21	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (14.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 9



نلاحظ أن نسبة 58.75 % من العملاء يرون بأن الوكالة لا تساهم في تسهيل العمليات البنكية وهي نقطة سلبية للوكالة، في حين أن نسبة 26.25 % من العملاء يرون عكس ذلك، وتبقي نسبة 15 % التزمت الحياد، فيجب على الوكالة BEA أن تعمل جاهدة في لتبسيط المهام والإجراءات والعمليات البنكية لعملائها قصد كسبهم والحفاظ على ضمان عدم لجوئهم إلى وكالات بنكية منافسة .

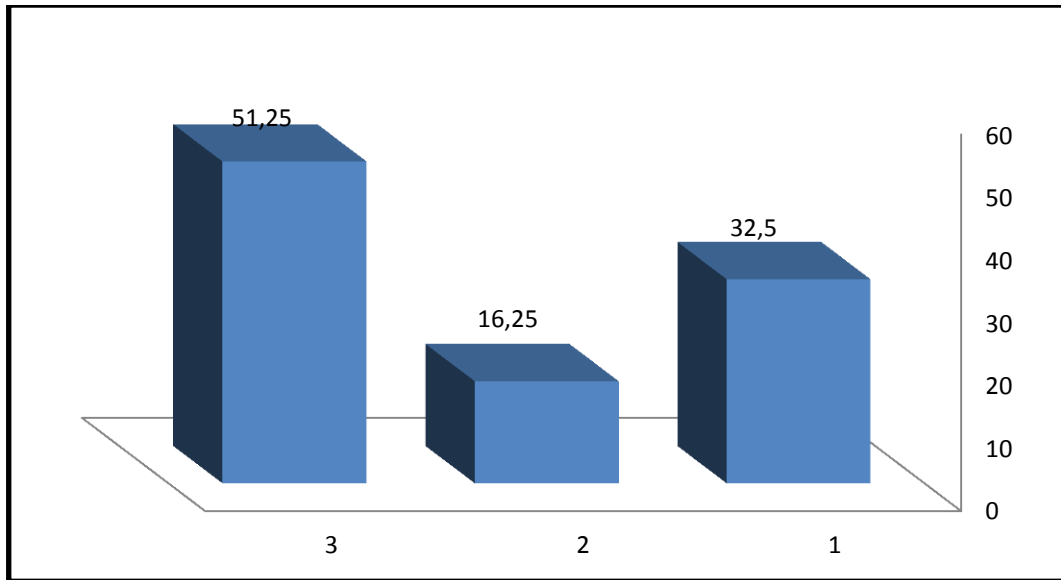
العبارة 10: "التجهيزات المستعملة في تقديم الخدمة البنكية حديثة "

جدول رقم (20.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 10

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
32.5	32.5	26	26	غير موافق	1
48.75	16.25	38	12	محايد	2
100	51.25	80	42	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (15.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 10



نلاحظ من الشكل البياني أعلاه أن نسبة 51.25% من المستجوبين ترى موافقتها أن التجهيزات المستعملة من طرف الوكالة حديثة، ثم تليها نسبة 32.5% صرحت عكس ذلك، في حين نجد أن نسبة 16.25% التزمت الحياد، ولذا يجب على الوكالة العمل والسعي لزيادة تطوير وتحديث تجهيزاتها تماشيا مع متطلبات العمل المصرفي أن الاهتمام بالتجهيزات من حيث أدائها ونوعيتها يلعب دورا كبيرا في أداء الخدمة المصرفية، كما يأخذ العميل كعامل لتقييم الجودة.

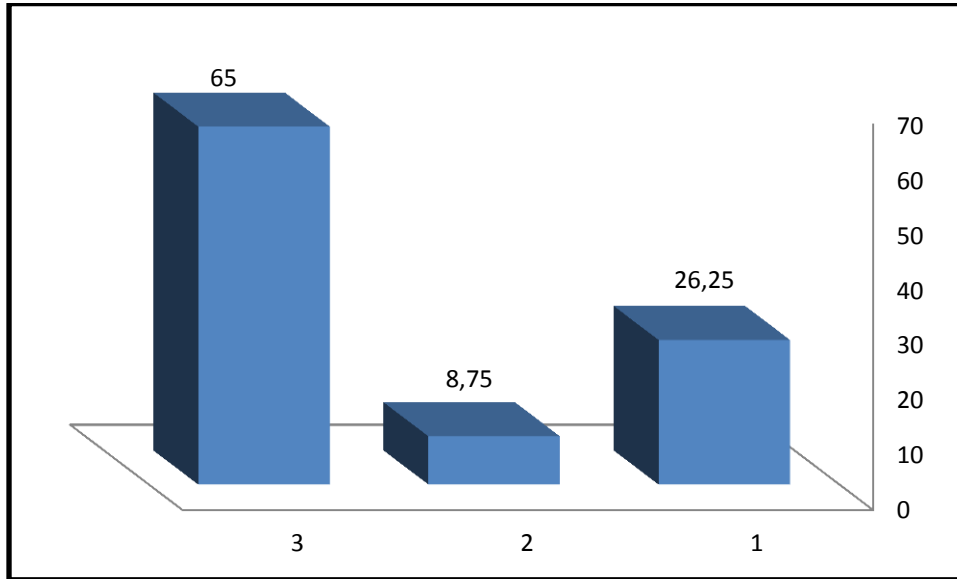
العبارة 11: " العمليات التي تقومون بها في بنك BEA تتم بسرعة "

جدول رقم (21.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 11

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
26.25	26.25	21	21	غير موافق	1
35	8.75	29	07	محايد	2
100	65	80	52	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (16.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 11



حسب إجابة العملاء المستجوبين نجد نسبة 65 % من العملاء صرحوا بموافقتهم على العمليات البنكية التي يقومون بها تتم بسرعة، أما نسبة 26.25 % ترى عكس ذلك، وفي الأخير فإن نسبة 8.75 % من المستجوبين التزمت الحياد.

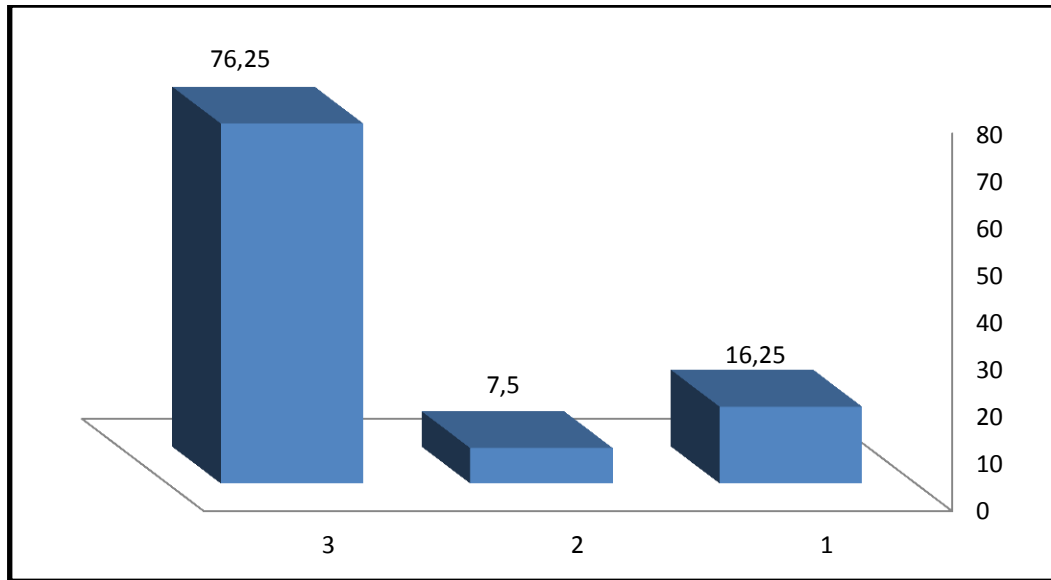
العبارة 12: "تجدون السرية التامة من خلال تعاملكم مع بنك BEA"

جدول رقم (22.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 12

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
16.25	16.25	13	13	غير موافق	1
23.75	7.5	19	06	محايد	2
100	76.25	80	61	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (17.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 12



من البيانات الموضحة أعلاه نجد أن نسبة 76.25% من المستجوبين أجمعوا بأنهم يجدون السرية من خلال تعاملهم مع الوكالة، وهذا يعود بالإيجاب على الوكالة، في حين أن نسبة 16.25% ترى العكس، ثم تليها نسبة 7.5% التزمت الحياد، ويعتبر عامل السرية مهم جدا بالنسبة لرضا العميل عن البنك، فالسرية والثقة المتبادلة والأمان في المعاملات البنكية تلعب دورا حيويا في نجاح أي بنك .

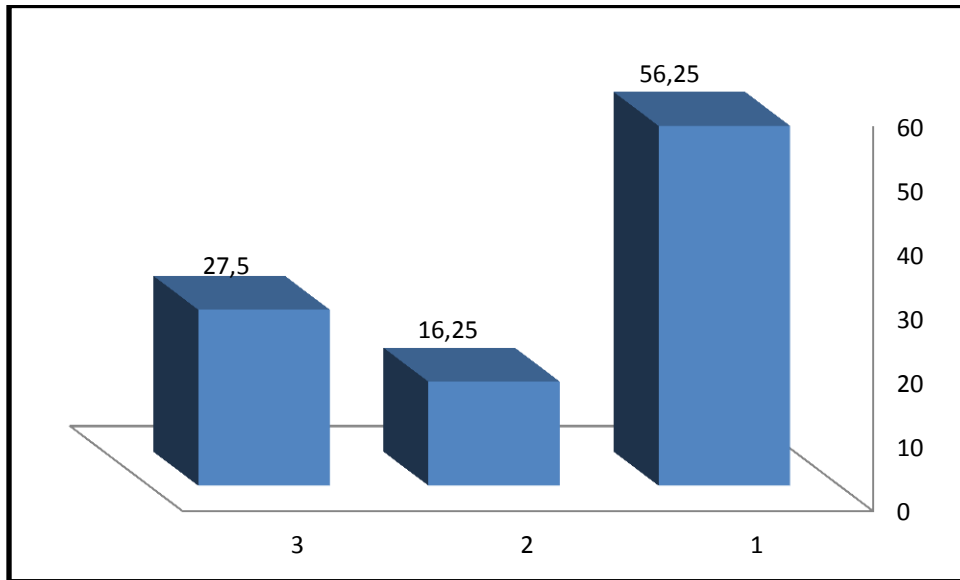
العبارة 13: " يقوم البنك بإصدار نشرات الكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطاته "

جدول رقم (23.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 13

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
56.25	56.25	45	45	غير موافق	1
72.5	16.25	58	13	محايد	2
100	27.5	80	22	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (18.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 13



من خلال الشكل الموضح أعلاه نجد أن نسبة تقدر بـ 56.25% تبدي عدم موافقتها على أن الوكالة تقوم بإصدار نشرات الكترونية تضم كافة نشاطاتها وهذه شيء سلبي بالنسبة للوكالة، فعليها الاهتمام بهذا النشاط لأن هذا الأخير يحقق لها عدة مزايا منها استقطاب عدد كبير من الزبائن ويجعل البنك متميزا عن منافسيه ثم تليه نسبة 27.5% صرحت العكس، في حين أن 16.25% التزمت الحياد.

المحور الثاني: مدى رضا العميل البنكي عن بنك BEA

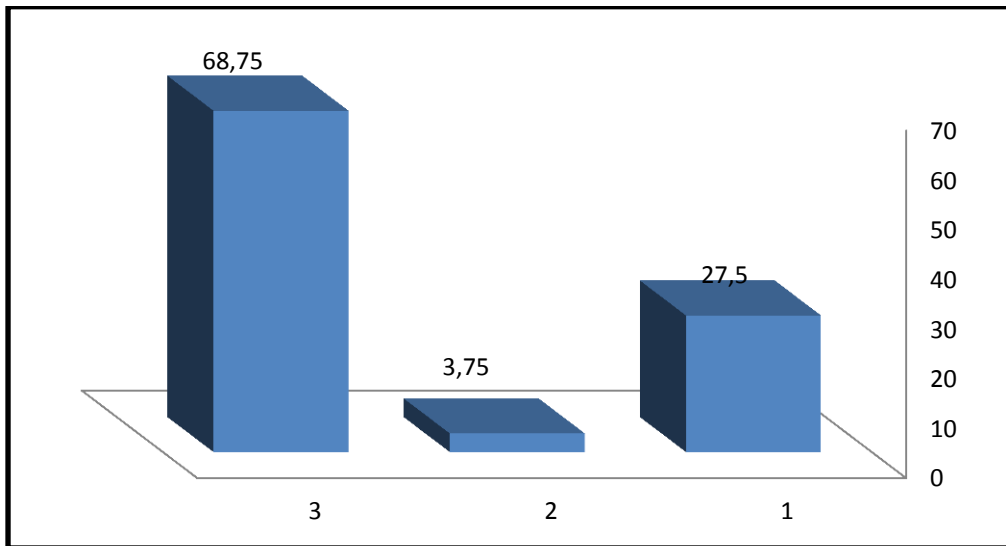
العبارة 14: " تحضون باستقبال جيد من طرف موظفي بنك BEA "

جدول رقم (24.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 14

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
27.5	27.5	22	22	غير موافق	1
31.25	3.75	25	03	محايد	2
100	68.75	80	55	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (19.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 14



يتبين لنا من الجدول الإجابات التي وردت بخصوص هذه العبارة بأن نسبة 68.75 % من المستجوبين يوافقون على الاستقبال الجيد من طرف موظفي بنك BEA، في حين أن نسبة 27.5 % يرون عكس ذلك ، كما أن نسبة 3.75 % التزمت الحياد.

فبالرغم من أن نسبة المستجوبين الذين أبدوا موافقتهم كانت مرتفعة نوعا ما، إلا أنه مازال على البنك أن يبذل جهود مع الموظفين من خلال التكوين والتدريب للاهتمام بهذا العنصر لجذب واستقطاب أكبر عدد من العملاء.

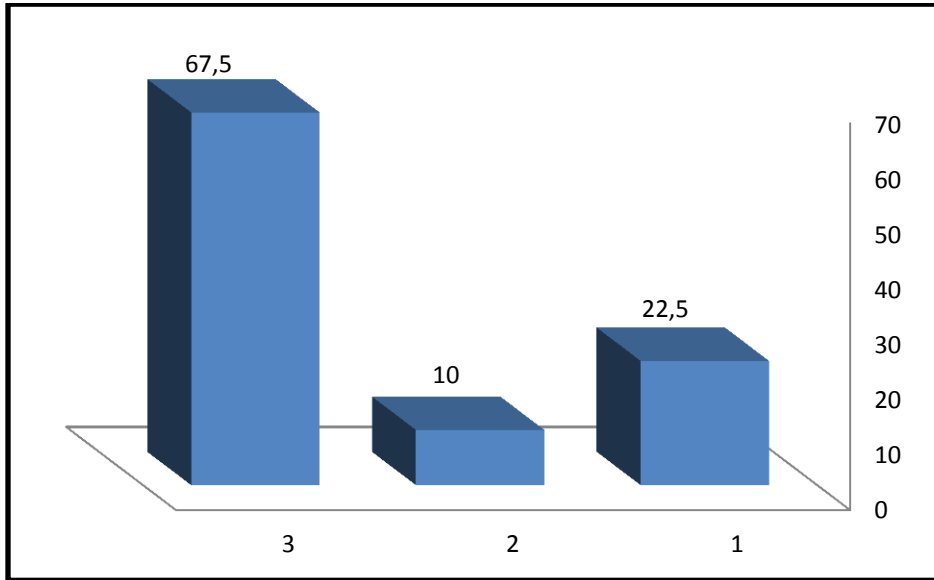
العبارة 15: " المظهر الخارجي لموظفي بنك BEA لائق "

جدول رقم (25.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 15

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
22.5	22.5	18	18	غير موافق	1
32.5	10	26	08	محايد	2
100	67.5	80	54	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (20.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 15



نلاحظ أن نسبة 67.5% من العملاء المستقصين يوافقون على أن المظهر الخارجي لموظفي البنك لائق، أما نسبة 10% التزمت الحياد، وتبقى نسبة 22.5% غير موافقة تماما على المظهر الخارجي لموظفي الوكالة، وما يمكن قوله أن أنه يجب الاهتمام بالمظهر الخارجي لأنه يلعب دورا رئيسيا في جذب واستقطاب العملاء ولفت انتباههم، ثم يبقى دور البنك وخاصة الموظفين في حسن التعامل في تقديم الخدمات.

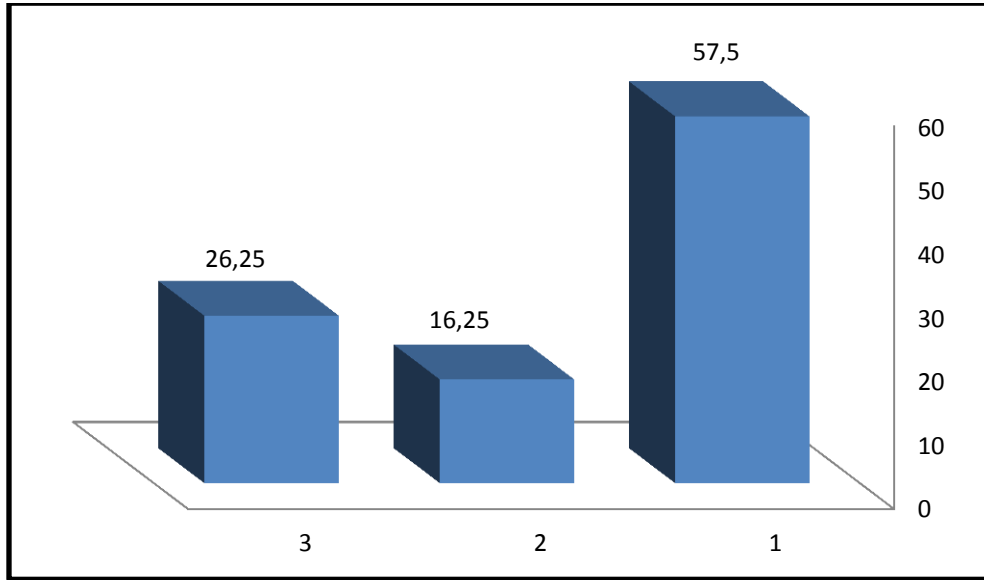
العبارة 16: " يتمتع موظفي بنك BEA بكفاءة عالية عند تقديم الخدمة "

جدول رقم (26.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 16

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
57.5	57.5	46	46	غير موافق	1
73.25	16.25	59	13	محايد	2
100	26.25	80	21	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (21.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 16



يتبين لنا مما سبق أن 57.5% من العملاء المستجوبين أبدوا رأيهم بعدم الموافقة على تمتع موظفي بنك BEA، في حين أن نسبة 26.25% من العملاء صرحوا عكس ذلك، بينما 16.25% التزمت الحياد. فعلى الوكالة الاهتمام بتثقيف الموظفين وتدريبهم وزيادة في الدورات التكوينية لهم، مما يحقق لهم عدة مزايا منها جلب أكبر عدد من العملاء .

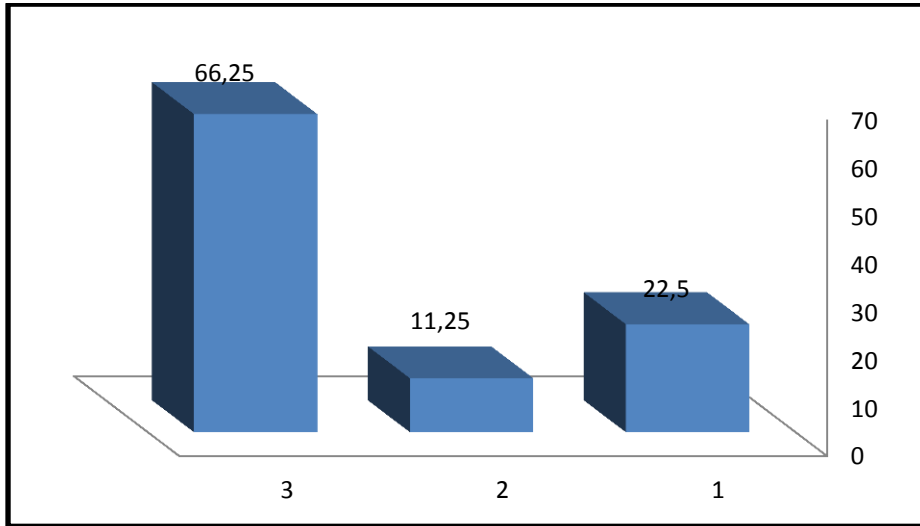
العبارة 17: " تشعرون بالأمان والارتياح حين تعاملكم مع موظفي بنك BEA "

جدول رقم (27.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 17

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
22.5	22.5	18	18	غير موافق	1
33.75	11.25	27	09	محايد	2
100	66.25	80	53	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (22.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 17



من خلال الجدول الموضح أعلاه أن نسبة 66.25% من العملاء أجمعوا على موافقتهم على وجود عنصر الأمان والارتياح مع الموظفين، وهذا شيء يعود على الوكالة بالإيجاب، في حين أن نسبة 22.5% غير راضية عن مستوى الأمان والارتياح في التعامل مع موظفي بنك BEA، في حين أن نسبة 11.25% التزمت الحياد وهذا يفسر التعامل المحدود لهذه الفئة مع البنك.

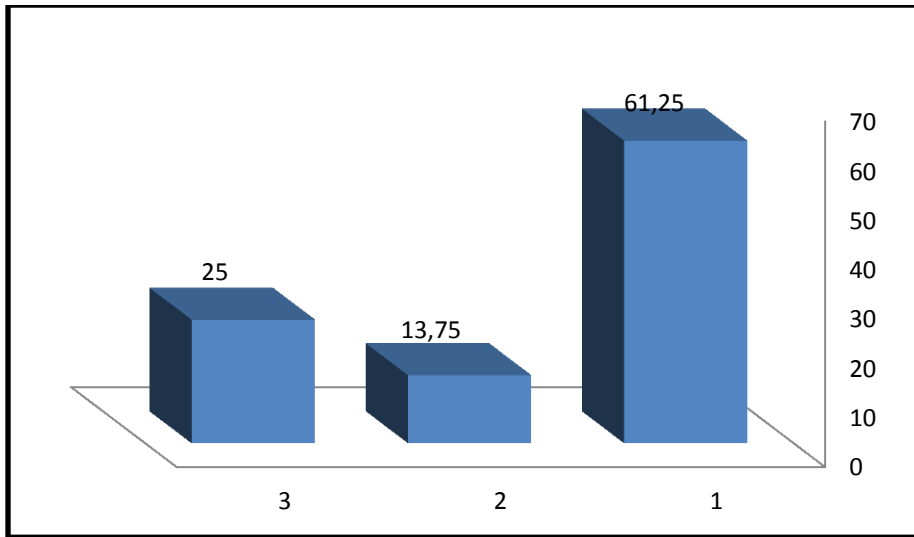
العبارة 18: " هل يتم الاستماع وتسجيل شكاويكم واقتراحاتكم "

جدول رقم (28.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 18

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
61.25	61.25	49	49	غير موافق	1
75	13.75	60	11	محايد	2
100	25	80	20	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (23.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 18



نلاحظ أن نسبة 61.25% من العملاء المستقصين لم يعطوا موافقتهم على أن الوكالة تقوم بالاستماع وتسجيل شكاويهم واقتراحاتهم، ويمكن تفسير هذا لعدم اهتمام الوكالة بهذا العنصر، أو أن هذه النسبة لم تقدم أصلا أي شكاوي، في حين أن حوالي 25% أبدوا موافقتهم على اهتمام البنك بشكاويهم واقتراحاتهم، وعموما فأغلب شكاوي العملاء كانت حول تأخر الحصول على دفتر الشيكات، حسب ما لمسناه من احتكاكنا بالعملاء.

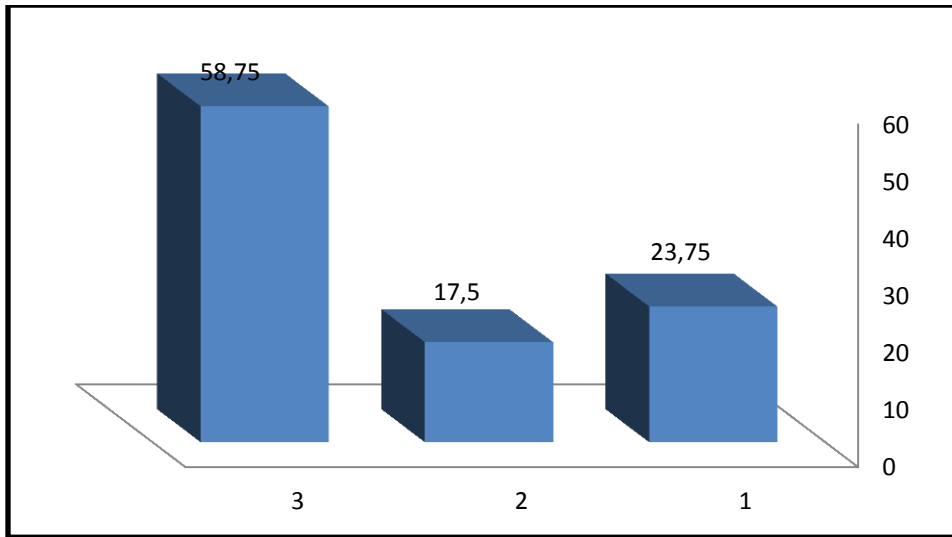
العبارة 19: يهتم البنك بالإجابة على استفساراتكم

جدول رقم (29.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 19

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
23.75	23.75	19	19	غير موافق	1
41.25	17.5	33	14	محايد	2
100	58.75	80	47	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (24.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 19



من البيانات السابقة نلاحظ أن 58.75% من العملاء المستجوبين تلقوا إجابات على استفساراتهم، في حين أن 23.75% لم يتلقوا إجابات على استفساراتهم المقدمة وهذا ليس في صالح البنك. وعلى العموم يجب على البنك الاهتمام أكثر بعملائه وذلك من أجل كسب أكبر عدد ممكن من العملاء لأنهم يعتبرون نقطة الارتكاز التي يتوقف عليها نمو البنك وتطوره، بينما نسبة 17.5% التزمت الحياد.

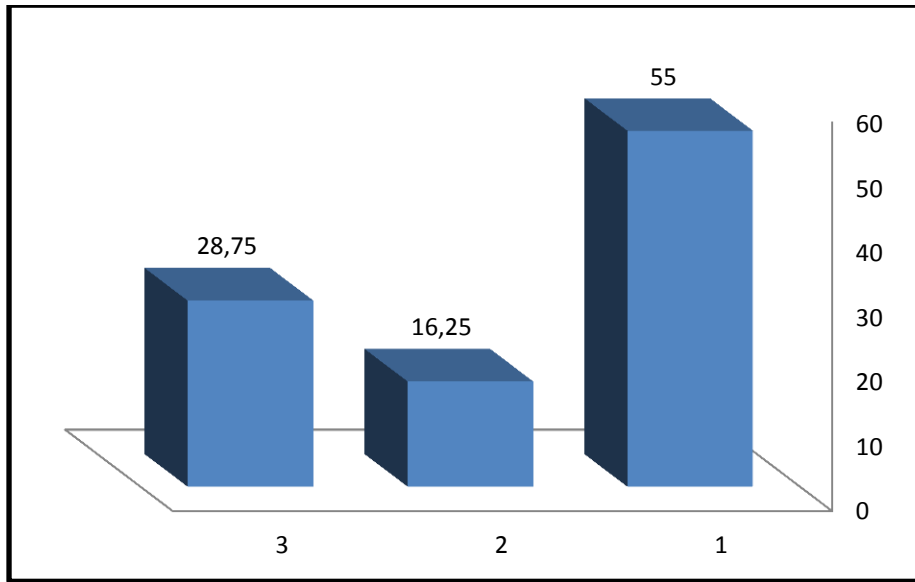
العبارة 20: " المكان المخصص في بنك BEA مريح "

جدول رقم (30.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 20

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
55	55	44	44	غير موافق	1
71.25	16.25	57	13	محايد	2
100	28.75	80	23	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (25.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 20



بناء على مما سبق نلاحظ أن نسبة 55% من العملاء المستجوبين أبدوا عدم موافقتهم على أن المكان المخصص للانتظار مريح، وتليها نسبة 28.75% من العملاء صرحوا عكس ذلك وتبقى نسبة 16.25% من العملاء التزمت الحياد، وما يمكن قوله أن وجود مكان مخصص للانتظار يؤدي إلى عدم الشعور بطول الفترة التي انتظرها، كما يعتبر هذا العنصر من معايير اختيار العميل لبنك الذي يتعامل معه.

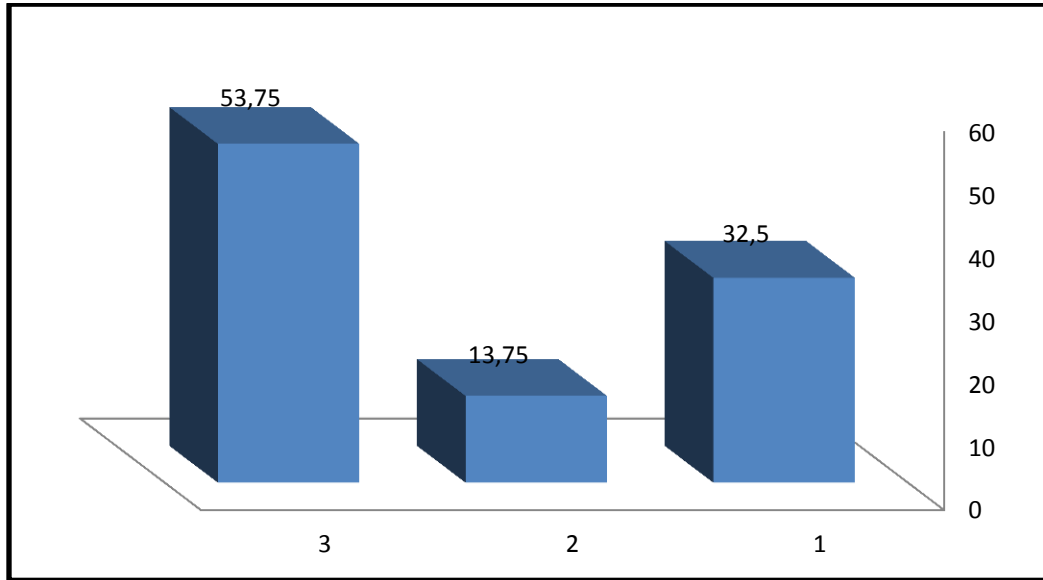
العبارة 21: " هل أنت راض بخصوص الخدمات المعروضة من طرف بنك BEA "

جدول رقم (31.3) يوضح إجابات المستجوبين على العبارة 21

التراكم	النسبة	التراكم	التكرار		
32.5	32.5	26	26	غير موافق	1
46.25	13.75	37	11	محايد	2
100	53.75	80	43	موافق	3
-	100	-	80	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء مما سبق

الشكل رقم (26.3) يوضح درجة موافقة المستجوبين على العبارة 21



من خلا الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 53.75% من العملاء صرحوا برضاهم بخصوص الخدمات المعروضة والمقدمة من طرف الوكالة، وعلى خلاف ذلك نلاحظ أن نسبة 32.5% من الفئة المستجوبة غير راضية وهي نسبة معتبرة نوعا ما هذا ما يؤثر على نشاط البنك، في حين أن نسبة 13.75% التزمت الحياد.

الفصل الثالث.. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات المصرفية و تأثيرها على رضا العملاء

الجدول رقم (32.3) المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لعبارات الاستبيان

الرقم	عبارة الاستبيان	غير موافق	محايد	موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	تشعر أن البنك يمتلك مكونات حديثة ومتطورة تواكب التطورات الحديثة	42	18	20	2.26	0.853
02	يلجأ البنك إلى استخدام أساليب حديثة في الترويج عن خدماته	37	20	23	2.19	0.858
03	تميز خدمات البنك بتنوع كبير تتلاءم واحتياجاتك	21	09	50	1.64	0785.
04	تستعملون جهاز الموزع للأوراق النقدية بصفة دائمة	55	04	21	2.42	0.833
05	تستطيع الحصول على الخدمات البنكية في أي وقت تشاء	57	10	13	2.55	0.761
06	يعرض بنك BEA خدماته عبر الانترنت	19	14	27	2.15	0.901
07	تتوفر لديكم فكرة واضحة عن الخدمات التي يقدمها بنك BEA	21	19	40	2.25	0.834
08	تجد سهولة في الحصول على المعلومات التي يقدمها بنك BEA	41	02	37	2.05	0.992
09	يساهم بنك BEA في تسهيل عملياتك البنكية	47	12	21	2.33	0.868
10	يساهم بنك BEA في تسهيل عملياتك البنكية	26	12	42	1.80	0.906
11	العمليات التي تقومون بها في بنك BEA تتم بسرعة	21	07	52	1.61	0.879
12	تجدون السرية التامة من خلال تعاملكم مع بنك BEA	13	06	61	1.40	0.756
13	يقوم البنك بإصدار نشرات الكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطاته	45	13	22	2.30	0.863
0.760	الدرجة الكلية للمحور الأول تطبيق التكنولوجيا في بنك BEA				2.38	
14	تحضون باستقبال جيد من طرف موظفي بنك BEA	22	03	55	1.59	0.896
15	المظهر الخارجي لموظفي بنك BEA لائق	18	08	54	1.55	0.840
16	يتمتع موظفي بنك BEA بكفاءة عالية عند تقديم الخدمة	46	13	21	2.31	0.866
17	تشعرون بالأمان والارتياح حين تعاملكم مع موظفي بنك BEA	18	19	53	1.56	0.840
18	هل يتم الاستماع وتسجيل شكاويكم واقتراحاتكم	49	11	20	2.36	0.860
19	يهتم البنك بالإجابة على استفساراتكم	19	14	47	1.65	0.843
20	المكان المخصص في بنك BEA مريح	44	13	23	2.26	0.882
21	هل أنت راض بخصوص الخدمات المعروضة من طرف بنك BEA	26	11	43	1.80	0.906
0.763	الدرجة الكلية المحور الثاني : مدى رضا العميل البنكي عن البنك				2.40	

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات SPSS

خلاصة الفصل:

من خلال هذه الدراسة الميدانية حاولنا إسقاط مفاهيم تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إحدى البنوك الجزائرية وهو بنك الجزائر الخارجي BEA ، وذلك من خلال الاستقصاء الذي قمنا به بوكالة BEA بالوادي، وما اتضح لنا التكنولوجيا في هذا البنك هي حديثة النشأة ولازال تطبيقها سطحي غير واضح المعالم، وأيضاً من أهم سمات هذا البنك هو الاستقبال الجيد للعملاء وتدعيم الوكالة بنظام معلومات DELTA V8 ، الذي يسهل العمليات المالية للعملاء والقيام بها في زمنها الحقيقي، كما يوجد في الوكالة مصلحة خاصة بالزبائن والتي من شأنها الاهتمام بانشغالات العملاء.

كما نجد أن البنك لا يقوم ببحوث التسويق عند جمعه للمعلومات خاصة المعلومات المتعلقة بالعملاء ذلك أن تصميم وتطوير منتجات البنك تتم على ما تقترحه المديرية العامة وما على الوكالة إلا عرضها على العملاء، أما بالنسبة لوسائل الاتصال فنستطيع أن نقول أنها عديمة الفعالية، إذ يكفي البنك باستعمال المكتوبة منها مع ضعف في استعمال الوسائل السمعية والبصرية .

ومما سبق من الجدير بالذكر على بنك BEA أن يعمل جاهدا على تكثيف حملاته الإعلانية للترويج لخدماته والتي يتمكن بها من تغطية فئة كبيرة من الجمهور وأيضاً عليه الاهتمام بالشكاوي ودراساتها للتعرف على احتياجات العملاء الغير راضين والعمل على استماع إلى اقتراحاتهم وهي الوسيلة الأساسية ليتمكن من تحسين وتطوير خدماته، كما عليه أيضاً الاهتمام بالموظفين وذلك بتدريبهم وتخصيص برامج لتكوينهم باعتبارهم الطرف الأساسي في تقديم الخدمة .



التخاتمة

الخاتمة:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال إحدى أهم القطاعات في الوقت الراهن، خاصة في ظل المنافسة وانفتاح الأسواق، حيث أصبحت كل دول العالم تولي اهتماما بالغاً لهذا القطاع، ومن خلال المفاهيم التي تم التطرق إليها سابقاً تتمحور إشكالية الموضوع في مدى مساهمة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التأثير على رضا العميل المصرفي. هذا قادنا إلى معالجة الموضوع عبر ثلاثة فصول وصولاً بخاتمة تبرز أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة.

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضرورة حتمية على أي بنك يريد الاستمرار وذلك من خلال استغلالها استغلالاً جيداً لتحقيق التطور والتميز في خدمات البنك وذلك عن طريق إتباع سياسات محددة وصياغة استراتيجيات وأساليب حديثة وفعالة وتكوين مزيج تسويقي متكامل يسعى إلى تلبية حاجات العملاء وتحقيق رضاهم.

أن الاستغلال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لا يعني فقط استعمال هاته التكنولوجيا لمواجهة المشاكل المصرفية أو إضافة أساليب وخدمات أخرى وغيرها، بل تعني أيضاً إيجاد العميل والوصول إليه وإشباع رغباته واحتياجاته بشكل مستمر بما يكفل رضاه عن البنك واستمرار تعامله معه.

تسعى الجزائر إلى تجسيد هذه السياسة في تحديث المجال البنكي، إلا أنها تعاني من البطء الشديد رغم ما تحققة هذه التكنولوجيا من مزايا حسنة للعملاء و المداخيل المتأتية منها لصالح البنوك بالإضافة إلى توسيع نشاط البنوك الجزائرية وإكسابها مزايا تنافسية في ظل انفتاح الأسواق، لذلك أصبح من الضروري على البنوك الجزائرية أن تستفيد من التجارب الرائدة في مجال العمل البنكي و من خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة.

اختبار الفرضيات:

جاءت نتائج اختبار الفرضيات التي تم وضعها في بداية الدراسة على النحو الآتي:

1. الفرضية الأولى: تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي عبارة عن مجموعة الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات وشبكات الربط التي تستخدم لبناء نظم المعلومات وتشغيلها والاستفادة منها وفق أسس علمية وموضوعية.

تعتبر هذه الفرضية صحيحة إذ يمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتمثل في المكونات المادية للحاسبات والبرامج الجاهزة سواء برامج النظم أو برامج التطبيقات، بالإضافة إلى شبكات الاتصالات وغيرها من الأجهزة المطلوبة للقيام بمعالجة المعلومات وإرسالها وتخزينها واسترجاعها وذلك بالكفاءة والسرعة المطلوبة.

2. الفرضية الثانية: يقدم القطاع المصرفي أحدث الخدمات المصرفية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة.

مما سبق تم رفض الفرضية الثانية لأنه من خلال نتائج البحث والدراسة الميدانية حول بنك الجزائر الخارجي BEA استنتجنا أنه لا يقدم أحدث الخدمات البنكية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة مثل: خدمة نهائي نقطة البيع الإلكتروني TPE وخدمة الفيديو بنكي، خدمة تبادل المعلومات الإلكترونية EDI وخدمة تغيير الرقم السري... الخ .

3. الفرضية الثالثة: تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا بالغا في وتسهيل العمليات المصرفية مما يؤدي إلى رضا العملاء ووفائهم عن الخدمات المقدمة.

تم رفض الفرضية الأخيرة فحسب نتائج تحليل الاستبيان فإن رضا العملاء عن بنك BEA لا يعود لاستخدامهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حسب معلوماتنا ومن خلال احتكاكنا بعملائهم يمكن القول أن البنك وبالرغم من استخدامه لوسائل تكنولوجيا استطاع كسب رضا العملاء من خلال عناصر أخرى كحسب الاستقبال الذي ركز عليه العملاء بشدة والسرية والأمان التي يلتزم بها الموظفين في الوكالة ولا ننسى أيضا توفر السيولة التي تعتبر من أهم الأشياء التي تجعل العميل المصرفي راضيا على البنك.

النتائج المتوصل إليها:

لقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى الاستنتاجات التالية:

- تكتفي إدارة البنوك العمومية الجزائرية بتقديم الخدمة فقط دون الحرص على المبادرة بتطويرها بما يتواءم مع التطورات العالمية أو البحث عن النقائص، ويرجع ذلك لمركزية البنوك العمومية الجزائرية وعدم فتح مجال أمام الإبداع و العصرية؛
- رغم ظهور البطاقات البنكية وانتشارها إلا أن الشيك هو الأكثر تداولاً في بنك الجزائر الخارجي BEA.
- غياب الوعي والثقافة البنكية لدى العملاء الجزائريين ؛

- تنوع في الخدمات المقدمة بالنسبة لبنك BEA؛
- ثقافة استخدام البطاقة المغناطيسية والسحب من الموزعات الآلية لم تنتشر بعد؛
- عدم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوكالة محل الدراسة إلا بنسبة متوسطة وهي لازالت بعيدة كل البعد عن واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة في البنوك العالمية؛
- ضرورة تخصيص ميزانية مناسبة لتطوير قاعدة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بل واستحداث وظيفة البحث والتطوير في الوكالة إن أمكن من أجل الصمود في وجه المنافسة الأجنبية ؛
- تحويل الأموال لم يجر بعد لازال يخضع لضوابط وتشريعات؛
- يحظى بنك الجزائر الخارجي BEA بصورة حسنة وسمعة طيبة لدى العملاء.

التوصيات:

- من خلال موضوع الدراسة ونزولنا إلى الميدان والاقتراب أكثر من الواقع يمكن تقديم بعض التوصيات والمتمثلة في:
- تبني مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخليا TIC بين مختلف أقسام البنك، لتستطيع إقناع العميل ولفت انتباهه لأهمية العمل بها والمزايا التي تقدمها؛
 - توفير الأمن في مختلف العمليات المصرفية الإلكترونية وخلق الطمأنينة لدى العميل وإشعاره أنه لا وجود لخطر على أمواله عند استخدامه للوسائل التكنولوجية (الموزعات الآلية للنقود)؛
 - حتمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في نشاط البنوك الجزائرية ؛
 - يجب على البنوك الجزائرية وضع حملة واسعة للتعريف بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة وتعميمها لكسب ثقة العملاء.

آفاق الدراسة:

من خلال بحثنا في هذا الموضوع صادفتنا عدة نقاط لفتت انتباهنا والتي يمكن أن تكون مواضيع بحث في دراسات مستقبلية أهمها:

- دراسة هذا الموضوع من خلال توسيع قاعدة الاستبيان من خلال اعتماد عينات للعديد من البنوك العمومية منها والخاصة لندرس أوجه المقارنة؛
- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل ودعم أنشطة إدارة العلاقة مع الزبون في البنك.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

الكتب:

1. أحمد فوزي مولوخية، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
2. أكرم حداد، مشهور مذلول، النقود و المصارف، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان، 2008.
3. أكرم محسن الياسري، إيناس ناصر عكله الموسوي، مفاهيم معاصرة في الإدارة الإستراتيجية ونظرية المنظمة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
4. السيد متولي عبد القادر، اقتصاديات البنوك، الطبعة الأولى، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان 2010 .
5. بشير العلاق، الاتصال في المنظمات العامة، بين النظرية والممارسة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
6. ثابت عبد الرحمان إدريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
7. ثامر ياسر البكري، تسويق الخدمات الصحية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
8. جمال داود سليمان، اقتصاد المعرفة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
9. خبابة عبد الله، الاقتصاد المصري، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008.
10. خضر مصباح الطيطي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
11. خضير كاضم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
12. رجي مصطفى عليان وعدنان محمد الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
13. رجي مصطفى العليان، اقتصاد المعلومات، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
14. سعد غالب ياسين وبشير عباس العلاق، التجارة الالكترونية، دار المناهج والتوزيع، عمان، 2009.
15. سمير حسون، الاقتصاد السياسي في النقد و البنوك، الطبعة الثانية، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، 2004.
16. شاكرا القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
17. شريف احمد شريف العاصي، الترويج والعلاقات العامة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006.
18. شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000.
19. شعبان فرح، الاتصالات الإدارية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
20. عبد الغفار حنفي، رسمية قرياقص، أسواق المال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000.
21. عائشة مصطفى الميناوي، سلوك المستهلك، مكتبة عين الشمس، الطبعة الثانية، للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
22. عبد الحلیم كراجه، محاسبة البنوك، الطبعة الأولى، دار صفا للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
23. عبد الله الطائي، عيسى قدادة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
24. عصام نور الدين، المعرفة والتكنولوجيا الحديثة، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
25. علاء فرج الطاهر، إدارة المعلومات والمعرفة، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2010 .
26. علي فلاح الزعبي، الاتصالات التسويقية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
27. علي غربي، يمينة نزار، التكنولوجيا المستوردة، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، جامعة المنتوري، قسنطينة، 2002.
28. غسان عيسى العمري وسلوى أمين السامرائي، نظم المعلومات الإستراتيجية، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010
29. غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومداخل تقنيات تطبيقات عملية، الطبعة الأولى دار المنهاج للنشر والتوزيع عمان، 2007.
30. غول فرحات، الوجيز في اقتصاد مؤسسة، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
31. فائق شقير، عاطف الأخرس، وآخرون، محاسبة البنوك، الطبعة الثالثة، دار المسيرة، عمان، 2008.
32. فايز جمعة النجار، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الثالثة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
33. فضيل دي، ميلود سفاري، الاتصال في المؤسسة، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003.
34. فؤاد خليل الشراي، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

35. مجيد محمود شهاب، اقتصاديات النقود والمال، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2000.
36. محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009.
37. محمد أحمد سليمان، التسويق وتكنولوجيا الاتصالات، الطبعة الأولى، دار زمزم للنشر والتوزيع، الأردن، 2013،
38. محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، دار وائل للنشر، الأردن، 2000،
39. محمد إبراهيم عبيدات، مبادئ التسويق، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 1999
40. محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
41. محمد طاهر نصير، التسويق الإلكتروني، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
42. محمد عبد حسين آل فرج الطائي، المدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
43. محمد منير حجاب وسحر محمد وهيبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، الطبعة الثانية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
44. محمد عبده حافظ، التسويق عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
45. منال طلعت محمود مدخل إلى علم الاتصال، بدون دار نشر، الإسكندرية، 2002.
46. مرتضى محمد عبد اللطيف، دور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية الاقتصادية، المكتب العربي للمعارف، القاهرة الطبعة الأولى، 2014
47. مزهر شعبان العاني، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
48. مزهر شعبان العاني وشوقي ناجي حواد، ذكاء الأعمال وتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014،
49. ناصر دادي عدون، الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، بدون دار نشر، الجزائر، 2004.
50. يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع عمان، 2009.

الرسائل والأطروحات الجامعية :

- 51 بشير كاوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2013/2012.
- 52 بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم تسيير، جامعة قسنطينة، 2013/ 2012 .
- 53 حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2014/2013.
- 54 سلوى محمد الشرفا، دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة فلسطين، 2008.
- 55 عيسى علي، فضالة خالد، التوظيف الأمثل لعناصر الميزج التسويقي البنكي لاكتساب رضا العملاء، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد أكلي محند اولحاج، البويرة، الجزائر 2013/2012
- 53 لمين علوطي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008/2007.
- 54 لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004/2003 .

المجلات :

- 55 العربي عطية، واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في كل من الجزائر ومصر والإمارات خلال الفترة 2000-2010، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، العدد العاشر، 2012.
- 56 بختي إبراهيم، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، العدد السابع، 2010.
- 57 بن بريكة عبد الوهاب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، العدد السابع 2010.
- 58 خالد عبود، علي كنعان، قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، العدد الأول، 2007.
- 59 خلود عاصم، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة المعلومات وانعكاساتها على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013.
- 60 سمير أحمد أبو زينيد، شادي ربحي الشريف جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية العاملة في الضفة الغربية ومدى رضا العملاء عنها مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الخليل، فلسطين، العدد الخامس، 2007 .
- 61 عبد الرزاق قاسم، أثر تقانة المعلومات في تطوير نظم عمليات المصارف العامة في سوريا، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، العدد الأول، 2000.
- 62 عصام محمد البحيصي، تكنولوجيا المعلومات الحديثة وأثرها على القرارات الإدارية في منظمات الأعمال، مجلة الجامعة الإسلامية، فلسطين العدد الأول، 2006 .
- 63 غيشي عبد العالي، شمام عبد الوهاب، قياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، العدد الأول، 2007.
- 64 كريمة الجوهر، أثر مخاطر استخدام التكنولوجيا في جودة عمل المدقق الخارجي، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، جامعة المستنصرية، العراق، العدد الثاني، 2010.

الملتقيات :

- 65 بن حديد نوفل، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية مؤسسات الصناعة الغذائية، الملتقى الدولي التاسع حول في ضوء المتغيرات والتحديات الاقتصادية الدولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف، 2014.
- 66 حماني محمد درويش، التقنيات الحديثة كمدخل للأداء المتميز بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2006.

المراجع باللغة الأجنبية :

- 67 - jean François pillou ,Tout Sur Les Système d'information, dunod, paris, 2006.
- 68 Philippe maval, jean marc, decoudin, pentacom communication corporte interne financière marketing - be- to - c et b - to- b, Pearson, toulouz, France, 2009.
- 69 Sylvie fauchaux, TIC, et développement durable, de Boeck, 1 ère édition, Bruxelles, 2010
- 70 Loudon Kenneth, Jane Loudon, management des systems information, Pearson ,France 2011.

الملاحق





الملحق رقم 1 : الاستبيان

جامعة حمدة لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

تخصص: بنوك

استمارة استبيان في إطار التحضير لمذكرة الماستر

للطالبة : سميرة باشي

(بعنوان أثر مساهمة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال على رضا العميل المصرفي)

دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي BEA

إلى عملاء البنك الخارجي الجزائري (BEA) :

في إطار إنجاز مذكرة ماستر تحت عنوان " اثر مساهمة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال على رضا العميل المصرفي " دراسة حالة بنك " BEA "، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم التفضل بالإجابة على جميع فقراته بدقة وموضوعية وذلك بوضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق مع رأيكم، علما أن إجاباتكم تبقى بشكل سري وتستخدم لأغراض علمية فقط.

شكرا على حسن تعاونكم

أولاً: بيانات خاصة بالعملاء :

1-الجنس : ذكر أنثى

2-العمر : اقل من 30 سنة من 31 إلى 40 سنة

من 41 إلى 50 سنة أكثر من 50 سنة

3-المستوى التعليمي : ابتدائي جامعي

متوسط دراسات عليا

ثانوي

4-الوظيفة : موظف متقاعد

تاجر أخرى

مهن حرة

5- أقدمية التعامل مع البنك :

أقل من سنة من 03 إلى 04 سنوات

من 01 سنة إلى 02 سنة أكثر من 04 سنوات

الرقم	للمحور الأول: تطبيق التكنولوجيا في بنك BEA	غير موافق	محايد	موافق
01	تشعر أن البنك يمتلك مكونات حديثة ومتطورة تواكب التطورات الحديثة			
02	يلجأ البنك إلى استخدام أساليب حديثة في الترويج عن خدماته			
03	تتميز خدمات البنك بتنوع كبير تتلاءم واحتياجاتك			
04	تستعملون جهاز الموزع للأوراق النقدية بصفة دائمة			
05	تستطيع الحصول على الخدمات البنكية في أي وقت تشاء			
06	يعرض بنك BEA خدماته عبر الانترنت			
07	تتوفر لديكم فكرة واضحة عن الخدمات التي يقدمها بنك BEA			
08	تجد سهولة في الحصول على المعلومات التي يقدمها بنك BEA			
09	يساهم بنك BEA في تسهيل عملياتك البنكية			
10	يساهم بنك BEA في تسهيل عملياتك البنكية			
11	العمليات التي تقومون بها في بنك BEA تتم بسرعة			
12	تجدون السرية التامة من خلال تعاملكم مع بنك BEA			
13	يقوم البنك بإصدار نشرات الكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطاته			
	المحور الثاني : مدى رضا العميل البنكي عن بنك BEA			
14	تخضون باستقبال جيد من طرف موظفي بنك BEA			
15	المظهر الخارجي لموظفي بنك BEA لائق			
16	يتمتع موظفي بنك BEA بكفاءة عالية عند تقديم الخدمة			
17	تشعرون بالأمان والارتياح حين تعاملكم مع موظفي بنك BEA			
18	هل يتم الاستماع وتسجيل شكاويكم واقتراحاتكم			
19	يهتم البنك بالإجابة على استفساراتكم			
20	المكان المخصص في بنك BEA مريح			
21	هل أنت راض بخصوص الخدمات المعروضة من طرف بنك BEA			